تنمية مهارات الاتصال

Communication Skills

أ.د.إسماعيل عبد الفتاح عبدالكافي



تنمية مهارات الاتصال

Communication Skills

تأليف

أ.د.إسماعيل عبد الفتاح عبدالكافي

الناشر

المكتب العربي للمعارف

عنوان الكتاب : تنمية مهارات الاتصال
اسم المؤلف : د. أسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي
تصميم الغلاف : عمرو حمدي

الناشر

المكتب العربي للمعارف

26 شارع حسين خضر من شارع عبد العزيز فهمي
ميدان هليوبوليس – مصر الجديدة – القاهرة
تليفون/ فاكس: 26423110–01283322273
بريد إلكتروني : Malghaly@yahoo.com

الطبعة الأولى 2019

رقــم الإيداع : 9480 /2018
الترقيم الدولي : I.S.B.N.978-977-812-286-2

تنمية

مهارات الاتصال

Communication Skills

المقدمة

لقد أدرك البشر أهمية الاتصال منذ فجر التاريخ، ومع تتابع العصور زاد الإحساس بدوره البارز في استمرار حياتهم، وتحقيق مصالحهم المختلفة، وتوحيد جهودهم، وترابط مجموعاتهم، وتنظيم أنشطتهم، وتطور أنماط حياتهم.

فالاتصال بين أفراد المجتمع والمجموعات الاجتماعية المختلفة ضروري لتحقيق متطلبات الاجتماع الإنساني، وهو شرط من شروط بقاء الكائن البشري كما تقول "المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.

ولأن الإنسان احتاج منذ تواجده على وجه الأرض أن يتصل بغيره من البشر، ليتم له إشباع حاجاته المختلفة، فقد أمده الله الإنسان بمخزون هائل من الأسماء " وعلمَ آدمَ الأسماءَ كلَّها" لتكون بمثابة المادة التي يتم بها التعرف على مفردات الوجود والحياة، وليتم التواصل بين البشر، وإرساء قواعد التعامل.

ولما احتاج الإنسان أن يتصل عن بُعدٍ استعمل بأقرانه، بعائلاته وعشيرته، عند الطوارئ أو عند الحاجة، لأسباب تتعلق بالتحذير من مداهمة العدو أو الإعلام بوجود المياه أو الفرائس للصيد، استعمل ذكاءه لتطوير أدوات ووسائل الاتصال.

ولكم نعود إلى نقطة البداية: لماذا **لماذا مهارات الاتصال؟:**

وتُعَدْ مهارات الاتصال مادة مُهمة للطالب الجامعي ــ بل فائقة الأهمية ــ لنجاح كل إنسان في هذه الحياة. فالإنسان منذ ولادته وهو في عملية اتصال دائم

مع الآخرين فيترك انطباعا إيجابيا أو سلبيا بحسب قدراته وفاعلية مهاراته في المواقف الاتصالية التي يمر بها. والاتصال الإنساني لا يمكن أن يترك للظروف العفوية بدون تطوير أو تحسين فهو عبارة عن مبادئ وأساسيات يمكن تعلمها ومهارات يمكن تطويرها ومفاهيم يجب غرسها والعناية بها. ومادة مهارات الاتصال تعني بإعداد الطلاب والطالبات لكي يكونوا مؤهلين خلال حياتهم الجامعية وعند التحاقهم بسوق العمل بالمهارات اللازمة على صعيد فهمهم لأنفسهم و وللآخرين. ويتناول مقرر مادة مهارات الاتصال أدوات و وسائل الاتصال الإنساني و يركز على إكساب الطالب المعارف و المهارات و السلوكيات التي يحتاجها لنقل الأفكار و المشاعر أو التفاعل الإيجابي في تلقي رسائل الآخرين. والمادة أيضا تسعى إلى أن يكون الخريج مؤهلا بأساسيات الاتصال اللازمة لدخول بيئة العمل والنجاح فيه، ملماً بالمتطلبات والمهارات الأساسية للإلقاء والتحدث في المناسبات العامة .

ولذلك:

تهدف مهارات الاتصال إلى إلمام الطالب بالمفاهيم والنظريات في مجال الاتصال الإنساني وإكسابه المهارات الأساسية في مجال التواصل مع الذات والآخرين وتعزيز ممارستها في حياته اليومية والعملية باستخدام أساليب جدية تعتمد على التدريب والتقويم المتنوع والفعال، و لذا فقد صمم المقرر ليكون حقيبة تدريبية للطالب يراعي اختيار الأدوات التي تزيد من فهم واستيعاب الطالب باستخدام الصور التوضيحية المناسبة، ووضع التمارين والتطبيقات الإثرائية و التي تعتبر مكوناً أساسياً من المادة و مقياسا لإتقان الطالب المهارة المطلوبة.

إذاً فالكتاب مهم لتعريف الاتصال وطبيعته و مكوناته وأنواعه وعناصره ونماذجه وخصائصه وكفاءة الاتصال ودراسة بعض المفاهيم الخاطئة عن

الاتصال، الإدراك الذهني ومفهوم الذات، العلاقة بين الاتصال الكلامي والاتصال غير الكلامي، وكتابة السيرة الذاتية والمقابلة الشخصية,إعداد وكتابة الرسائل وأنواع التقارير.

مهارات الاتصال

أهداف الكتاب:

يهدف مقرر مهارات الاتصال إلى مجموعة من الأهداف الهامة في حياتنا وإلى مجموعة من الالعوامل التي تساعد على بناء الشخصية الإنسانية المتكاملة، وتتمثل فيما يلي:ـــ

تنمية مهارات التواصل لدى الطلبة والشباب وتأهيلهم للتواصل الجيد والناجح مع الذات ومع الآخرين, وإعدادهم للاندماج والتناغم والتفاهم والتواصل، وكذا بناء العلاقات باحترام وسلام مع محيطهم البيئي والاجتماعي وما قد يشمله ذلك من مفاهيم وثقافات مختلفة , إلى جانب اكتسابهم الكم المعرفي والمعلوماتي المناسب عن الاتصال، وموضوعاته المتعددة والمختلفة, والذي يسهم في إنجاح حياتهم الخاصة والعامة والعملية على حد سواء.

الأهداف العامة لما تناوله الكتاب:

١ــ أن يلم الطالب بمفهوم التواصل الإنساني: نظرياته وأبعاده ودوره في نجاح الفرد على المستوى الشخصي والاجتماعي والعملي.

٢ــ أن يكتسب الطالب المهارات اللازمة للتواصل الفعال مع ذاتها والآخرين في محيطها الاجتماعي والعملي.

٣ــ أن ينجح الطالب في تطبيق هذه المهارات في المواقف الحياتية المختلفة.

٤ــ أن يكون الطالب قادرا على فهم العمليات الأساسية في الاتصال الإنساني، ويحفز قدراته ويعبر عن ذاته بشكل جيد وكيف يكون مستمعا جيدا بصفة فعالة.

٥- أن يكتسب الطالب مهارات اتخاذ القرار وأساليب حل المشكلات و العمل مع أناس من مختلف الثقافات.

٦- أن يعرف الطالب طبيعة الاتصال الجماهيري وكتابة السيرة الذاتية وأنواع التقارير.

الأهداف التفصيلية لمادة الاتصال الإنساني:

و تهدف هذه المادة العلمية إلى:

١ــ تعريف الطلاب بعملية الاتصال الإنساني من حيث مفهومها و أهميتها و عناصرها، والتعرف على خصائص الاتصال و معوقاته و أنواعه المختلفة.

٢ــ إكساب الطلاب المهارات اللازمة التي تساعدهم على تقديم أنفسهم وأفكارهم بأكثر الطرق فعالية.

٣ــ إكساب الطلاب المهارات و القدرات التي تمكنهم من حسن الإنصات للمتحدثين.

٤ــ التعرف على أساليب القراءة و اكتساب مهاراتها.

٥ مساعدة الطالب على تنمية وتحسين مهارات الاتصال غير اللفظي لديه.

٦ ــ اكتساب وتطوير وتحسين مهارات الحوار والإقناع لدى الطالب الجامعي .

٧ ــ التعرف على أنماط ووسائل الاتصال في بيئة العمل واكتساب مهارات الاتصال بكفاءة داخل هذه البيئة .

موضوعات الكتاب:

والكتاب يتضمن الموضوعات الآتية(١):

١- مناقشة مفهوم الاتصال أو التواصل وأهميته وأنواعه وعناصره ونماذجه وخصائصه وأغراضه ومقوماته , والمفاهيم الخاطئة والمرتبطة به.

٢- الوقوف على مفهوم التواصل مع الذات من خلال دراسة مفهوم الذات والعوامل المؤثرة فيه ومنها الإدراك.

٣- شرح وتناول كلا من موضوعي الاتصال اللفظي وغير اللفظي وأهميته وأدواته وكيفية تحسينه.

٤- تبيان أهمية الإنصات لعملية التواصل.

٥- مناقشة موضوع الاتصال الشخصي ومراحله وطرق دعمه وتطويره.

٦- بيان تأثير الاتصال في المجموعات الصغيرة في بناء فرق عمل متميزة وسبل إنجاحه.

٧-التعريف بالاتصال العام والمهارات الاساسية للعرض والخطابة ومواصفاتها ومراحلها.

٨- تناول ومعرفة موضوعات مهمة في الاتصال ومنها السيرة الذاتية محتوها وكيفية إعدادها, والمقابلات الشخصية وكيفية الإعداد لها واجتيازها, وأخيرا كيفية إعداد كل من الرسائل والتقارير الإدارية.

ـــ مقدمة في الاتصال.

وتعنى بفهم عملية الاتصال و تحليلها و معرفة مكوناتها و عناصرها لتحسين و تطوير الاتصال، كما تطرق الوحدة إلى أن الاتصال الإنساني يبدأ من الاتصال مع الذات و فهمها و تقديرها

ـــ مهارات الاتصال.

مهارات الاتصال، و نعني بها مهارات الإنصات للآخرين و أساليب و أنواع القراءة و كيف نختار الأسلوب الأمثل عند القراءة و كيف نمارسه .

ــ الاتصال غير الكلامي.

سيتعرف القاريء على الاتصال غير الكلامي، و أهمية هذا النوع في الاتصال و ما هي أدواته و كيف يمكن توظيفه لتعزيز الرسائل التي نرغب في إرسالها أو فهم الرسائل الموجهة إلينا.

ــ مهارات الحوار و الإقناع.

مهارات الحوار و الإقناع، ويتضمن مفهوم الحوار وأهميته وأنواعه وآدابه وأنماط المتحاورين وكيفية التعامل معهم، ومهارات إدارة الحوار، ومفهوم الإقناع و أشكاله و أنماطه و مهاراته.

ــ الاتصال في بيئة العمل.

الاتصال في بيئة العمل، وتتضمن مهارات التقديم للأعمال وكتابة السيرة الذاتية والتقديم للأعمال، ومهارات داخل بيئة العمل متضمنة فهم العلاقات و أنواعها والاتصال داخل الفريق و إدارة الاجتماعات ومهارات الاتصال المكتوب و مهارات التعامل ومشكلات الاتصال في بيئة العمل.

المخرجات المتوقعة لهذه المادة:

أ- **معرفية:**

١- التعرف على طبيعة الاتصال الجمعي وكيفية التخطيط له.

٢- يحفز قدراته ويجيد التعبير عن ذاته.

٣- التعرف علي مفهوم الاتصال في المجموعات الصغيرة وسبل تطويره.

ب- **مهارات علمية:**

١- جعل الطالب قادرا علي استخدام الطرق الحديثة المتطورة والآليات والتي تمكنه من تطبيق مهارات الاتصال بسهولة.

٢- استخدام أساليب جدية تعتمد على التدريب والتقويم المتنوع والفعال.

ج- مهارات شخصية وتحمل المسؤولية:

١- اكتساب مهارات العرض والإلقاء ومهارات التفاوض (الإقناع).

٢- إجادة مهارة الاستماع الفعال.

٣- اكتساب الطالب اتخاذ القرار وأساليب حل المشكلات.

٤- اكتساب الطالب مهارة المقابلة الشخصية والتحضير لها.

د- مهارات التحليل والاتصال:

١- اكتساب مهارة تحديد الأهداف والتخطيط للمستقبل.

٢- , اكتساب مهارة اتخاذ القرار وأساليب حل المشكلات.

هوامش المقدمة

(١) [1] ــ استفاد مؤلفوا الكتاب كثيرا من توصيف منهج الاتصال في بعض الكليات والجامعات منها: كلية العلوم والآداب بمحافظة الكامل – قسم مهارات الاتصال Skip Navigation Links الجامعة، كلية العلوم والآداب بمحافظة الكامل، كلية العلوم والآداب بمحافظة الكامل – قسم مهارات الاتصال، و كتاب: "مهارات الاتصال"–مركز تطوير التعليم الجامعي–جامعة الملك عبد العزيز ١٤٢٨هــ (٢٠٠٧م),التحرير: د.سعد بن بركي حمدي المسعودي.

مقدمة في الاتصال

مفهوم الاتصــــــال

تعني كلمة الاتصال في اللغة العربية البلاغ، فنحن نقول أوصله الشيء أو أوصل إليه الشيء، أي أبلغه إياه. كما تعني أيضا ربط الشيء بالشيء، ومن هنا نقول استوصلت المرأة، أي سألت أنْ يُوصل شعرُها بشعرِ غيرها. وقد تعني الأداة التي يتم بها الوصل، وتسمى الموصِّل، أو الموصِّلات، كما هو الشأن في علم الطبيعيات، حيث تشير إلى الأجسام التي تنقل خلالها الكهرباء. وقد تشير إلى الارتباط والتلاحم، حين يأتي الحديث عن التواصل.

إذن فحسب الدلالات اللغوية لكلمة الاتصال، يتضح لنا أن عملية الاتصال تحدث بين طرفين، كما أنها تتم من خلال وسيلة، ويكون من آثارها حدوث ارتباط هذين الطرفين.

هذا وقد ورد المفهوم إلى اللغة الأجنبية (الغربية) من الأصل اللاتيني Communis والذي يعني المشاركة والاشتراك في الشيء، وهي تعني في اللغة الإنجليزية ذات الشيء.

أما في اللغة الفرنسية فتشير كلمة Communication في اللغة الفرنسية إلى عملية الاتصال، وإلى وقوعه« Action de communiquer, d'être en liaison » وإلى طرق الاتصال (طرق، قنوات، أنهار..) « Voies de – » وإلى الرابطة أو الوسيلة التي من خلالها يتم الاتصال... الخ { Collection Quillet }.. فكلمة "**اتصال Communication** " مشتقة من الأصل اللاتيني " communis "ومعناها عام أو شائع، وكان يعني انتقال

الأفكار من شخص إلى آخر وشيوعها، فالاتصال هو العملية التي يتم من خلالها انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات أو المهارات من مصدر إلى مستقبل عن طريق وسائل وقنوات اتصال مناسبة، باستخدام رموز ذات معنى مشترك بينهما، وبشكل ديناميكي متفاعل لإحداث التأثير المطلوب.

هذا، ويعتبر المدلول اللغوي قريب من المفهوم الاصطلاحي، سواء في المعنى الكلاسيكي لكلمة اتصال، هذا المعنى الذي يجعل المستقبل مجردا من الإرادة عند عملية التلقي، أو من خلال التعاريف الحديثة التي تؤكد على التفاعل بين أطراف الاتصال أو تلح على عنصر الاختيار، إذْ أنها تعتبر الاتصال عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معان تُشكّل في عقولهم صورا ذهنية عن العالم، وهم يتبادلون هذه الصور الذهنية عن طريق الرموز، ويعتبر هؤلاء الاتصال مشاركة في فكرة أو اتجاه أو موقف، دون أن يعني ذلك الاتفاق في الفكرة أو الاتجاه أو الموقف(١).

ولكن يبقى جوهر الاتصال هو العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات وغيرها بين من يقوم بإصدارها والتعبير عنها وبين من يتلقاها، وما ينتج عن ذلك من تفاعل وتواصل وتغيرات، تختلف باختلاف النسق الذي تتم فيه العملية، وهذتا ما أوضحه محمود عودة عند تعريفه للاتصال بقوله: << مفهوم الاتصال يشير إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين، يختلف من حيث الحجم، ومن حيث العلاقات المتضمنة فيه، بمعنى أن يكون هذا النسق الاجتماعي مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو مجتمع قومي أو حتى المجتمع الإنساني الجمعي ككل (٢).

ولا يجب أن يعني أن التمييز بين التعاريف الكلاسيكية والتعاريف الحديثة، يعني أن الأخيرة حلت محل الأولى، بل يجب أن يفهم ذلك باعتبار أن التعاريف

الكلاسيكية تخص على وجه الخصوص الجانب الإعلامي للاتصال الذي يبقى يشهد علاقة تأثير للُمرسل للمعلومات والأفكار على المتلقي من خلال الأخبار والإشهار والدعاية وباستعمال مختلف أنواع ووسائل الاتصال.

مع الاعتراف بوجود بعض التعاريف التي غالت في هذا الإطار وجعلت الاتصال مجرد استجابة المتلقي للمرسل، مثلما هو الحال بالنسبة لتعريف ستيفنكس Stevens الذي هو (٣): " الاتصال هو استجابة الكائن الحي المميز لأي مرسل".

أما التعاريف الحديثة فيمكن القول بأنها تعبر عن التطور في عمليات الاتصال داخل الإدارة العصرية ونظريات التربية الحديثة التي تؤكد على طرق التعليم التي يأخذ فيها التفاعل داخل الصف الدراسي مكانه فيها بوصفه عاملا مساعدا على نجاح العملية التعليمية.

وخلاصة للقول فإن التعاريف الحديثة تشير إلى ذلك النوع من الاتصال الذي يتم بين طرفين بشكل تفاعلي، كما يحدث في أساليب التربية الحديثة أو داخل المؤسسات ذات التنظيم العالي والديموقراطي، في حين أن التعاريف الكلاسيكية تؤكد على دور المرسل في توجيه المضامين نحو مستقبل بغرض تغيير مواقفه وسلوكه، وهذا ما أفاضت في ذكره مدراس الإعلام الأمريكية التي شرحت خصائص وشروط هذا التأثير، بل أنها توسعت في الكشف عما تعتبره أسلوبا تضليليا تقوم به وسائل الدعاية والإعلام الأمريكية على وجه الخصوص.

ومن التعاريف الكلاسيكية نختار ما يلي:

الاتصال هو: (العملية التي من خلالها ينقل الفرد أم الجماعة (المرسل، المرسلون) بعض الرسائل من أجل التأثير على سلوك أفراد أم جماعات أخرى (المتلقي، المتلقون) وتغييره حسب رغبة محددة.(٤).

إلى نقل وتبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة، على نحو يقصد به ويترتب عنه، تغير في الموقف أو السلوك.

ومن التعاريف الحديثة نختار التالي:

فقد أورد الأستاذ بن نوار صالح في مقاله المعنون: "الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية" والمنشور في الكتاب الذي أشرف عليه فضيل دليو عدة تعاريف للاتصال داخل المؤسسة والإدارة بقوله: هو عملية نقل وتبادل المعلومات الخاصة بالمنظمة داخلها وخارجها، وهو وسيلة تبادل الأفكار والاتجاهات والرغبات بين أعضاء التنظيم، وذلك يساعد على الارتباط والتماسك، ومن خلاله يحقق الرئيس الأعلى ومعاونوه التأثير المطلوب في تحريك الجماعة نحو الهدف..(٥).

ومن بين التعاريف التي تؤكد على التبادل والتفاعل تعريف بوجردوس الذي يعرف: الاتصال على أنه التفاعل في ضوء منبهات أو إشارات أو نظرات عن طريق استجابة الأشخاص إليها، ويستخدم الاتصال تلك المنبهات كرموز لما تحمل من معنى، فإذا اكتسب شخصان نفس الرموز بنفس معانيها فإنما يتصل كل منها بالآخر، ومن ثم ينشئون الاتصال.

ويدخل في نفس السياق تعريف "جورج لند برج" Georges Lindberg الذي يقول: (إن كلمة الاتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز، وتكون الرموز عبارة عن حركات أو صور أو لغة أو أي شيء آخر تعمل كمنبه للسلوك، أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز.(٦).

وتذهب جيهان رشتى نفس المذهب حينما تعرف الاتصال بوصفه: العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة، كائنات حية أو بشر أو آلات في

مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات أو واقع نعين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء(٧).

ويعرف كرتش و كرتشفيلد الاتصال بأنه: (تبادل المعاني بين الأفراد، ويحدث بشكل أولي من خلال استخدامهم للرموز المألوفة والمعرفة لهم..

أما غريب سيد أحمد فيرى في عملية الاتصال عملية اشتراك ومشاركة في المعنى من خلال التفاعل الرمزي، وتتميز بالإيثار في الزمان والمكان، فضلا عن استمراريتها وقابليتها للتنبؤ(٨).

ثانيا– المفاهيم القريبـــة: ولفهم المدلول الاصطلاحي للاتصال، يجدر بنا معرفة المفاهيم القريبة منه، ثم تحليله لمعرفة العناصر أو المكونات الأساسية للتعرف. ومن المفاهيم المجاورة لمفهوم الاتصال، بحكم التطورات المعاصرة أو بحكم الدلالة اللغوية أو الاصطلاحية، المفاهيم التالية: مفهوم الإعلام، مفهوم الدعاية، مفهوم الإشهار.

١– مفهوم الإعلام: يعرف الإعلام Information بوصفه (عملية حصول أو إعطاء معلومات عن واقعة، أو مجموعة إشارات، أو معلومات يمكن أن تترجم إلى كلمات أو نصوص أو صور، ويمكن أن تعرف بوصفها مجموعة من الإشارات التي تم ترميزها ومعالجتها بالحاسب الآلي، إلى آخره من التعاريف التي تدل عن سِعة هذا المفهوم وانسحابه على حقول كثيرة (Coll: Quillet)

وبشكل عام، فهو يتضمن عملية تبليغ وقائع أو جعل المستعلَم أو المستعلِم يحصل على علم بواقعة أو وقائع بوصول الخبر إليه، كما يتضمن جملة وسائط ووسائل تفصح عن صيغ وأشكال للتعبير متعددة، بفضلها يتم التبليغ ونشر الخبــر.

وقد أشار إلى هذه العناصر التي تتم من خلالها عملية الإعلام "فرنان تيرو" من خلاله تعريفه للإعلام الذي يقول فيه: << الإعلام هو نشر الوقائع والآراء في

صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ أو أصوات أو صور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور (٩).

وقد ظهرت الحاجة إلى قاعدة نظرية لتناول تقنيات الاتصال والإعلام بعد ازدياد حجم وسائل الاتصال وتعقدها، ويرجع الفضل إلى الرياضي "كلود إلوود شانون" Claude Elwood Shannon في صياغة نظرية للإعلام، وذلك في ١٩٤٨ في كتابه " النظرية الرياضية للاتصال". وتهتم هذه النظرية بكافة أنواع الاتصال التي تطورت منذ ذلك الوقت، مثل التلفزيون والترميز ونقل المعلومات من خلال الحاسب الآلي، وتخزين المعطيات بفضل وسيلة دعم مغناطيسية أو بصرية.

وإجمالا تعرض هذه النظرية النموذج العام لنظام الاتصال، الذي يتكون من مصدر معلومة الذي ينتج الرسالة التي سيقوم بنقلها، وقناة اتصال من خلالها تعبر الرسالة، ومستقبل تتجه إليه الرسالة.

ونظرا لكون نظام الاتصال يعرف بعض العيوب التي لا يمكن تجنبها، بسبب محدودية قدرات قنوات الاتصال، أو بسبب تأثر الرسالة بعوامل الضوضاء والتشويش طبيعية، اقترحت نظرية الإعلام حلولا تقنية لهذه المشكلة، ساعدت على تحسين نقل الرسالة وزيادة فاعليتها ودقتها، وذلك بالرغم من محدودية القناة.

وإجمالا تهتم نظرية " نظـــرية الإعلام" Théorie de Information بقياس حجم المعلومات، والصور التي يتم من خلالها عرضها، أي من خلال ما يسمى الترميز، كما تهتم أيضا بنظام الاتصال الذي يقوم بنقلها ومعالجتها، ويستدل على الترميز بتحويل الصوت أو الصورة إلى إشــــارة كهرو-مغناطيسية، أو بترقيم الرســـائل الســرية بفضل " طريقة الرمز بالكتابة" Cryptographie.

علاوة على ذلك، فإنّ وسائل الاتصال عن بُعد Télécommunications, والمعلوماتية، ونظرية الإعلام يتم تطبيقها في ميادين متعددة، منها مثل السيبرناطيقا Cybernétique (١٠) واللسانيات وعلم النفس.

كثيرا ما يستعمل مفهوم الاتصال مكان مفهوم الإعلام، ويحدث والعكس أيضا في مرات عديدة. ويرى البعض أن مفهوم الإعلام يقتضي وجود الاتصال بشكل عام، في حين أن المفهوم الثاني لا يقتضي وجود الثاني.

فالاتصال لا يؤدي بالضرورة إلى الإعلام، فعند أداء طقوس معينة، أو حين ينفجر الكل في غمرة من الضحك الصاخب فإن الجميع يشعر بشعور مشترك وبالانتماء إلى إطار مجتمعي واحد، دون أن يرتبط هذا الشعور بمضمون معرفي ما، أي من دون وجود معلومة، ولذلك يرى الفلاسفة أن قيمة المعلومة وقياسها يكون ضمن حقل معرفي، في حين أن الاتصال يجد مضمونه ضمن الفعل والتنظيم (١١).

فالاتصال ــ بنظرة أوسع ــ ليس فقط باعتباره تبادلا للأنباء والأخبار والرسائل، وإنما باعتباره نشاطاً فردياً وجماعياً يشمل كل عمليات(١٢): الأفكار والحقائق والبيانات والمعرفة والسلوك، والمشاركة فيها.

فالتواصل لا يحتاج بالضرورة إلى مضمون إعلامي لكي يحدث، فهو يتم ضمن نسيج من العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع، حيث نجده يحدث حتى بين بين الأم و رضيعها الذي لم ينطق بعد، فهذه العلاقات تحقق تواصلا وشعورا مشتركا بلغة صامتة يتجاوز مداها لغة الحروف والإشارات. مما يعني أن الاتصال أعم من مفهوم الإعلام، الذي يكون بتبليغ مضمون رسالة.

الهوامش

١ ــ حسين خريف، الاتصال: مفاهيم، أساليب وأنواع" في فضيل دليو وآخرين: الاتصال في المؤسسة، فعاليات الملتقى الوطني الثاني، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، ٢٠٠٣، ص٩.

٢ ــ محمود عودة، أساليب الاتصال والتعليم الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧١، ص٥.

٣ ــ محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله، بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث،، ١٩٩١، ص٢٢.

٤ ــ محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الاتصال الجماهيري، القاهرة،دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢، ص١٨.

٥ ــ فضيل دليو وآخرون، الاتصال في المؤسسة، (فعاليات الملتقى الوطني الثاني) منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية بالخروب٢٠٠٣، ص٨٣-٨٤.

٦ ــ جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظرية الإعلام، القاهرة، دار الفكر، ١٩٧٨، ص٥٠- ٥٠، نقلا عن حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ص٢٤.

٧ ــ جيهان رشتى، نفس المرجع السابق، ص٥٣.

٨ ــ غريب سيد أحمد، الجماعات الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٧٩، ص٢٧١، نقلا عن نفس المرجع، نفس الصفحة.

٩ ــ زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٩١، ص١٤.

١٠ ــ السيبرناطيقا علم متعدد التخصصات يدرس ميكانيزمات الاتصال والتحكم والمراقبة عند الكائنات الحية والآلات والنظم الاقتصادية والاجتماعية، وويعتبر "نوبار وينر" Nobert Wiener مؤسس هذا العلم، وواضع هذا المصطلح (١٩٤٨) بعد أن اقتبسه

من اليونانية (**Kybernein**). وتساعد السيبرناطيقا على الوصف الشكلي للتفاعلات بين الآلات وكذلك بين الكائنات الحية أو ضمن الأنساق لاقتصادية، فهي تدرس سلوك كل الوحدات التي تستعمل وتحوّل المعلومات في محيطها." "**Cybernétique", Encyclopédie® Microsoft® Encarta**

١١ــ **Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, Alger, Editions Casbah, 1999, p72**

١٢ــ راجع: شون ماكيرايد: أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغذا، نحو نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال أكثر عدلاً وكفاءة، الجزائر، الحركة الوطنية للنشر والتوزيع بالتعاون مع اليونسكو، ١٠٨١م، ص ٥١ وما بعدها.

مفاهيم مرتبطة ومتشابكة مع الاتصال

هناك مفاهيم متشابكة بمفهوم الاتصال ومرتيطة به، وسنتحدث هنا عن بعض تلك المفاهيم فقط وليس كلها ومنها (١):

ــ مفهوم الإعلام:

الإعلام هو عملية نقل المعلومات من المرسل صاحب الرسالة إلى المستقبل المعني بها متضمنة الوسيلة المستخدمة والمضمون داخلها، والإعلام قديم بوسائله المختلفة فالخطاب المباشر وسيلة إعلامية بل هو أعلى وسيلة إعلامية للإنسان...

فهو إذن جمع وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات والأنباء والبيانات والصور والحقائق والراسائل والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والبيئية والدولية والتصرف تجاهها عن علم وعن معرفة، والوصول إلى وضع يُمَكِن من اتخاذ القرارات السليمة...

وقد تطورت وسائل الإعلام ومضامينه لتكون متوافقة مع التطورات التقنية حتى وصلت الأنترنت فائق السرعة والتلفاز والإذاعة والصحافة وغيرها. والإعلام من أهم صفاته أنه يخاطب كافة شرائح المجتمع.

كلمة إعلام إنما تعني أساسا الإخبار وتقديم معلومات،أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار– معلومات – أفكار– آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأخبار والأفكار والآراء، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة...

وبذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها،بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه. كما يعني المصطلح " تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور ".

فالإعلام: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة، ولكن "أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه"، وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من إجلال مصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون.

وبناء عليه يكون تعريف الإعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية،بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها.

ومهما اختلفت الأقوال، وتباينت الآراء حول مفهوم الإعلام، ومهما جاءت تقسيماته واتجاهاته فإنها في مجموعها تلتقي في أن الإعلام هو: اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بها، واتخاذ موقف تجاهها " نظرية السيادة " ٠

إن المفهوم العلمي للإعلام عموما ــ اليوم ــ قد اتسع حتى شمل كل أسلوب من أساليب جمع ونقل المعلومات والأفكار، طالما أحدث ذلك تفاعلا ومشاركة من طرف آخر مستقبل ٠

والإعلام " علم وفن في آن وأحد " فهو علم له أسسه ومنطلقاته الفكرية، لأنه يستند إلى مناهج البحث العلمي في إطاره النظري والتطبيقي، وهو فن لأنه يهدف إلى التعبير عن الأفكار وتجسيدها في صور بلاغية وفنية متنوعة بحسب المواهب والقدرات الإبداعية لرجل الإعلام ٠

ــ مفهوم الدعاية:

أما فيما يخص مفهوم الدعاية Propagande فقد تضاعف تأثيره مع تطور وسائل الإعلام، وتعرف الدعاية بأنها تشير إلى العملية التي تسعى من ورائها البعض إلى للتأثير على سلوك الجمهور ومواقفه، سواء لأهداف نبيلة أو غير نبيلة، مثل التأثير على سلوك الناخب أو الجندي أو المواطن العادي. وليس من السهل التاريخ لبدايات الدعاية، التي ارتبطت بالترويج لصاحب الحكم والملك والسلطة، وربما كان لها الفضل الكبير في تطوير أساليب الخطابة منذ عصور اليونان مرورا بحضارات وحكومات.

ويرجع "نعوم شومسكي" Naom Chomsky بدايات الدعاية في العصر الحديث إلى فترة انتخاب "ودرو ويلسون" Woodrow Wilson كرئيس

للولايات المتحدة الأمريكية في ١٩١٦، بعد حملة انتخابية كان شعارها (السلام من دون نصر) وذلك في منتصف الحرب العالمية الأولى، حينما كان الشعب الأمريكي مسالما، ولا يفكر في التورط في حرب أوروبية، ولكن حكومة ويلسون كان قد فكرت في ذلك، ولذلك كون لجنة حكومية للدعاية كان هدفها هو إحداث تحول بمقتضاه يصبح الشعب المسالم إلى شعب مهوس بالحرب يرغب في تدمير كل ما يمت بصلة بالألمان، والدخول في الحرب ونجدة العالم.

وقد ساعد ها النجاح على استعمال نفس التقنيات فيما للتعبئة ضد الخطر الأحمر الشيوعي، (ثم الخطر الصفر) وقد ساهم بعض المثقفين التقدميين في هذه الحملات الوطنية، مثل "جون ديوي" John Dewey، وقد كان هؤلاء يشعرون بالفخر بوصفهم " الأعضاء الأكثر ذكاء في المجتمع". ويرى شومسكي أن الوزير البريطاني المكلف بالدعاية هو من روج للكثير من الإشاعات والحكايات التي كانت تشاع تبث يومها، وهو الذي توعد بتضليل أكبر عدد من الناس، وكان أهم شيء عنده هو التحكم في آراء "الأعضاء الأكثر ذكاء في المجتمع" الأمريكي، فهم من يتولى بعد ذلك هذا الدور التضليلي.(٢)

وقد ساهمت "البحوث المخبرية " Etudes en laboratoire في مجال الاتصال، خاصة تلك التي التي قام بها كل من " كارل هويلاند" arl Hovlandومعاونيه في الكشفت عن تأثير الدعاية، من خلال توضيح شروط التأثير التي تجعل المتلقي ينصاع ويستجيب بشكل محدّد. كما أوضحت كيف يتأثر المتلقي بالمصدر La sourceلاعتقاده وثقـتـه فيه، بوصفه مطلع على الحقيقة أو على الأقل يُفترض فيه معرفتها.

ومن جهة أخرى، ساهمت "التحقيقات الميدانية " Enquêtes sur le terrain في إثراء نتائج هذه الدراسات، بإضافة معلومات هامة تتعلق بالتأثيرات الفعلـية Effets réels حيث أوضحت نسبية تأثير الدعاية

السياسية من خلال الصحف والراديو، وبيّنت أن الفرد يتأثر أساسا بوسطه الاجتماعي، فغالبا ما يتخذ سلوكا انتخابيا معينا حسب تأثير الأقارب، كما اتضح من خلال النتائج التي توصل إليها " بول لازارسفيلد" Lazarsfeld وغيره من الباحثين عند دراستهم للانتخابات الرئاسية في ١٩٤٠، التي تواجه فيها روزفيلت وبويلكي. وقد دحضت نتائج الدراسة الاعتقاد لسابق حول التأثير الكبير للراديو والصحافة (٣).

وعلى كل فإن نسبية تأثير الدعاية من خلال وسائل العلام ميتها، لأن التطورات الحديثة بينت بأن سائسي العقول لا يستغنــون عن تضليل العقول لإطالة سبات الجماهير(٤)، أو لتعبئتهم لخوض حروب لا ناقة لهم فيها ولا جمل، وتمتلك الجكومات تجربة رائدة في هذا المجال لأنها، زجت بشعبها في عدة تدخلات عسكرية خارجية وحروب متتالية، مثل ما حدث في غواتيمالا والفيتنام وكوريا، وبنما، والخليج. فهناك تقاليد رئاسية في ذلك توارثها بوش، ولم يكن أبدا مؤسسا لها.

وهكذا فإن للدعاية أساليب عديدة تجعلها قادرة على النجاح والتأثير، لعل أهمها اعتمادها الدائم على البهتان والتضليل، وتزوير الحقائق، واستعمال الشعارات البراقة، والكذب من خللا الصورة والصوت، وتجنيد العلماء والفنانين ووسائل الإعلام ووكالات الأخبار العملاقة.

وهي تعتبر العدو اللدود للوعي الصحيح والتعليم النزيه والحر والثقافة المتفتحة، وهذا ما تأكد من خلال التاريخ، ولذلك صرح وزير الدعاية "جوبلز" في وقت هتلر بأنه: "كلما سمع كلمة ثقافة وضع يده على مسدسه" لأن الثقافة تكشف زيف أيديولوجيته، وتفضح ترهات ادعاءاته العنصرية المضللة.

ـ مفهوم الإشهار:

ومن المفاهيم الأخرى، ذات الصلة بمفهوم الاتصال، مفهوم الإشهار أو الإعلان Publicité الذي أصبحنا نجده في الطرقات وفي وسائل الإعلام المختلفة، وأصبح يشكل ظاهرة اجتماعية قائمة بذاتها.

وهو يعتبر مثل الاتصال عبارة عن مجموعة من المضامين التي تروج لسلعة أو خدمة أو فكرة ما، تصدر من مصدر معين، يستخدم وسيط اتصالي مناسب ليبعث برسالته إلى جمهور مستقبل، حتى يقنعه بما يقدمه له ويؤثر بالتالي عليه فيحبذ إليه ما يعرضه عليه، وتعرفه " كريستين لتانتوريه" Christine Leteinturier باعتباره: يشيــر إلى كل تقنيات الترويج المستعملة للتعريف أو تحبيذ تنظيم ما، أو سلعة أو خدمة، أو حادثة أو فكرة، مما كان الشكل أو الغاية.

ونجد نفس التعريف عند محمود عسّاف عندما يعتبره يشمل: مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء سلع وخدمات أو من أجل التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها(٥).

ونجد تعريفا آخر في موسوعةEncarta مفيدا من حيث تمييز للإشهار عن بقية العمليات الاتصالية الأخرى، من حيث أسلوب المتبع للتأثير على المستقبل، فهي ترى أنه: يشير إلى الإعلانات التي تهدف لترويج البضائع والخدمات، والتي تحاول إحداث تأثير نفسي لأغراض تجارية، ويطمح الإشهار إلى التعريف بمُنْتَج للجمهور، وكذلك حث هذا الخير على اقتنائه، وهي تختلف عن وسائل الإقناع الأخرى مثل الدعاية والعلاقات العامة والاتصال..

ويرجع تاريخ الإشهار إلى قرون بعيدة(٦)، فمن بين الطرق التي عرفت قديما الإعلان الخارجي من خلال اللوحات الإشهارية الملونة أو غيرها، والتي كانت توضع أمام المحل أو تُعلّق في المبنى لجلب أنظار المارة.

وقد وجدت بعض هذه الألواح في المدن الإيطالية القديمة، وفي العصور الوسطى كان الإشهار يُسند إلى " البراحين " أو "المنادين" Crieurs publics للترويج لبضائع التجار، أما الماركات والرسوم التي كانت ترمز إلى المنتج أي السلعة فقد ظهرت في نهاية القرن السادس عشر.

غير أن الولادة الحقيقة للإشهار كانت في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث استعمل الإشهار المباشر في أراضيها الشاسعة من خلال إرسال الكاطالوجات Catalogues، ويعتبر بائعي الحبوب وموزعي الكتب هم أول من اعتمد هذه الطريقة، وبهذا ظهرت عمليات البيع من خلال المراسلة منذ ١٨٧٠.

ومع حلول القرن العشرين توسع الإشهار داخل قطاعات أخرى، حيث بدأ البعض يعلن في الصحف الواسعة الانتشار مثل منتجي الأدوية وشركات سكك الحديد, وفي هذه الحقبة بدأ الصناعيين، منهم صانعي الصابون، في صناعة منتجات التعليب، مما فتح تاريخا جديدا لتقنيات التعليب packagingالتي تعرف بالمنتج وتشهر به، وبذلك دخل الإشهار عهدا جديدا، فبعد أن كان الزبون في السابق يشتري المنتج (سكر..بن) في أكياس، بحيث تكون قيمة السلعة مجسدة في ثمنها، أصبحت الآن الماركة Marqueهي التي تتولى ذلك. وبعد الحرب العالمية الثانية، تطور الإشهار بفضل تطور الاختراعات التقنية، فقد سمحت الكهرباء مثلا بظهور اللوحات الإشهارية المضيئة، وتقنيات الحصول على الكليشيه للطبع من حلال التقنيات التصويرية والكيماوية Photogravure ومع وصول جهاز الراديو ظهرت أساليب جديدة للإشهار من خلال الرسائل الصوتية. وبعد الحرب العالمية الثانية عرف الإشهار عصرا آخر مع دخول التلفزيون إلى هذا المجال، ومع حلول ١٩٦٠ و١٩٧٠ أصبح الإشهار الذي تعددت قنواته يمثل جزءا من إستراتيجية المؤسسة.

كما أصبح مفتاح نجاح أي وسيلة إعلامية، بل أن "منح" الإشهار في مثل بلداننا إلى الصحف والجرائد أصبح وسيلة امتنان أو إقصاء لبعض الصحف " المستقلة"، حيث تمنح الصفحات الإشهارية التي بإمكانها تغطية أغلب تكاليف إصدار اليومية لصحف معينة. ولكن مع ذلك يمكن القول أن الإشهار يلعب دورا بارزا في التعريف بالمنتجات المختلفة، وخلق منافسة بينها تعود بالنفع على المستهل من حيث السعر والجودة. هذا بالرغم من الآثار المدمرة للإشهار على الثقافة والقيم الاجتماعية بشكل عام.

ـ الاتصال التربوي:

الاتصال التربوي قضية يثيرها مصطلح (الإعلام التربوي) من منطلق التداخل بين كلمتي إعلام Instrution واتصال Communication فكثير من الكتاب العرب يتسأهلون في استعمال كلمات مثل (الاتصال الجماهيري) والإعلام، بينما يتشددون فقط في التفرقة بين الإعلام والاعلان والدعاية.

ويعتبر الاتصال التربوي أحد القضايا التي يثيرها الإعلام التربوي من منطلق التداخل بين كلمتي: إعلام Information، واتصال Communication، حيث أن الكثير من الباحثين لا يميزون بشكل جلي بينهما، فالمقصود بالاتصال هو" عملية تفاعلية يتم من خلالها القيام بنقل المعلومات والأنباء والرسائل الشفوية والمكتوبة بقصد التأثير على السلوك البشري وتعديله"، ويتميز عن الإعلام في أنه يأخذ أشكالاً عدة: كالاتصال الذاتي، والاتصال الشخصي، والاتصال الجمعي، والاتصال الجماهيري، كما أن عملية الاتصال تجعل كلاً من المستقبل والمرسل يشتركان معاً في رسالة واحدة، مما يعني أن رجع الصدى يشكل عنصراً هاماً من عناصر عملية الاتصال.

ويعرف الاتصال التربوي – في ميدان الإدارة المدرسية– على أنه " نقل للأفكار والمعلومات التربوية و التعليمية بصفة خاصة، من الناظر أو مدير المدرسة إلى المعلم و العكس، أو من الناظر أو المدير إلى مجموعة من المعلمين، أو من مجموعة من المعلمين إلى مجموعة أخرى، سواءً بالأسلوب الكتابي أو الشفهي، أو بوسائل أخرى مختلفة بحيث يتحقق الفهم المتبادل بين أسرة المدرسة، و ينتج عنه اقتناع من جانب المتصل به مما يؤدي إلى وحدة الهدف والجهود، بحيث تتحقق في النهاية أهداف المدرسة و فلسفتها التربوية و التعليمية.

و يهدف الاتصال التربوي إلى التحكم في سلوك الفرد عن طريق تنظيم بيئته، ومسألة التحكم في سلوك الأفراد تأخذ منحيين من مناحي البحث و المناقشة، أولهما: منحى فلسفي، يبحث و يناقش مدى سلامة تحديد سلوك الأفراد و التحكم فيه مع كفالة حريتهم الشخصية و حقهم في اتخاذ القرارات، و المنحى الثاني: علمي، يبحث ويناقش إمكانية توصل العلم إلى درجة التحكم في سلوك الأفراد في ظل تعقد وتشابك العوامل المؤثرة فيه، والتي تجعل التنبؤ الدقيق بهذا السلوك صعباً إن لم يكن مستحيلاً في الوقت الحاضر.

ولقد أنصبت دراسة أميل فهمي على عملية الاتصال في ميدان الإدارة المدرسية فقط حيث استعرض عدة تعريفات للاتصال بمعناه العام ثم تعريفا للاتصال التربوي على مستوى الإدارة المدرسية هو: (نقل للأفكار والمعلومات التربوية والتعليمية بصفة خاصة لمجموعة المعلمين أو من المعلمين الى الناظر أو من مجموعة من المعلمين إلى مجموعة أخرى سواء بالأسلوب الكتابي أو الشفهى أو وسائل أخرى مختلفة، بحيث يتحقق الفهم المتبادل بين الأسرة المدرسية وينتج عنه اقتناع من جانب المتصل به، مما يؤدي إلى وحدة الهدف والجهود، بحيث تتحقق في النهاية أهداف المدرسة.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج طيبة، نوجز أهمها فيما يلي:–

أولا: فيما يخص العلاقات داخل المدرسة:

اثبتت الدراسة الميدانية أن المعلمين لا يتواجدون فترة كافية بمكاتب النظار أو المديرين داخل المدرسة، مما ينتج عنه تأخر الاتصالات الشخصية بين الإدارة والمعلمين، ويؤثر بالتالي في كفاءة العملية التربوية.

ثانيا: فيما يخص أساليب الاتصال:

استنتج أميل فهمي أن أكثر الاتصالات داخل المدرسة تتم عن طريق الأساليب المختلفة للاتصال، والتي قسمها الى نوعين:-

أساليب الاتصال الورقي وتشمل :

(ا) النشرات (ب) القرارات

(ج) التقارير (د) التعليمات

(هـ) الشكاوى (و) المقترحات

(ز) الخطابات (ج) المذكرات

(ط) المجلات التربوية

أساليب الاتصال الشفهي وتشمل:

(أ) المقابلات (ب)الرحلات

(ج)الندوات والحفلات (د)التليفون

(هـ)الاجتماعات المدرسية.

ـ مفهوم الإشاعة:

تعريف الإشاعة: الإشاعة هي شكل من أشكال الاتصال بين اثنين أو أكثر، في الخفاء، ولكنها تنقل أخباراً ومعلومات غير حقيقية، إما بالمبالغة في المعلومة، أو نشر معلومة غير حقيقية أصلاً..

وشاع الخبر شيعاً بمعنى إذاعته وافشائه، وللإشاعة تعريفات عديدة ولعل أشهرها تعريف ألبورت وبوستمان فنجد أولبورت يعرفها كالآتي: (كل قضية أو عبارة أو موضوعية مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى شخص عادة بالكلمة المنطوقة. ففي القرآن الكريم نهى الله رسوله الكريم عن مطاوعة من يتصف بهذه الصفة الذميمة بقوله تعالى: (وَلا تُطِعْ كُلَّ حَلَّافٍ مَهِين. هَمَّازٍ مَشَّاءٍ بِنَمِيمٍ) (القلم١٠ ــ ١١)...

والتخطيط لمكافحة الشائعات: في عصرنا الحاضر يقوم الإعلام بدور محاربة الشائعات والرد عليها ومحاصرتها ثم القضاء بالحقائق.. وتحارب الشائعات بأربعة طرق: ? تدعيم الثقة بالقوات المسلحة برفع مستوى الوعي وأخذ الحذر والحيطة من شائعات العدو.. ? اشتراك أكبر عدد من القادة والمقاتلين في حملة التصدي ضد الشائعات وعن طريق وسائل الإعلام لإظهار الهدف والغرض الحقيقي لبث سموم الشائعات المغرضة بين الناس وبالأخص أفراد وضباط القوات العسكرية. وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: (استعينوا على قضاء حوائجكم بالصبر والكتمان). وكان صلى الله عليه وسلم من أهم الأساليب التي حصن بها أصحابه من الإشاعات الضارة أسلوب ربط المجتمع الداخلي.. وتغيير أسلوب الشائعات لدحضها وقتلها في مهدها قبل أن تؤثر في الناس. ويتضح أن الشائعة تتطور بتطور العصر ومروج الشائعة اليوم لا يقل خطورة عن مروج المخدرات، فكلاهما مروجان يستهدفان قتل النفس التي حرم الله قتلها إلا بالحق. والشائعة أسلوب قذر تستخدمه الدول في حربها النفسية ضد من عادت من الدول.. ونجد في المراجع العلمية أن الألمان والأمريكان في عصرنا هذا هم أرباب وصناع الشائعة.. ولهذا تكافح الشائعة وتفند ويقضى عليها بالحقائق وحرية الرأي وبوسائل الإعلام.

الـهوامش

١ ــ إسماعيل عبد الفتاح، مصطلحات الإعلام والاتصال والرأي العام، القاهرة، دار العالم العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م، صفحات متعددة.

٢ ـ **Naom Chomsky, Robert WX.McChesney, Propagande, média et démocratie, Alger, Les Editions El-Hikma,2000,pp17-19.**

٣ ـ **Chazel François (influence) Encycopedie universalis.**

٤ ــ يعتبر البعض تضليل عقول البشر بمثاب"ة أداة للقهر": هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، العدد ١٠٦ (أكتوبر ١٩٨٦) (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب) ص٥.

Christine Leteinturier,"Publicité", Encyclopedia Universalis

٥ ــ أحمد عادل راشد، الإعلان، بيروت، دار النهضة العربية، ١٩٨١، ٣٥، نقلا عن فضيل دليوــ تخصصات اتصال المؤسسة ــ في فضيل دليو ولآخرين، مرجع سبق ذكره، ص٢٣.

٦ ــ أنظر: موسوعة **Encarta**

محددات عملية الاتصال

(عناصره وأهدافه وخصائصه)

عناصر عملية الاتصال

من خلال التعريف الذي أوردناه سابقا للاتصال (إلى نقل وتبادل المعلومات بين أطراف مؤثرة ومتأثرة، على نحو يقصد به ويترتب عنه، تغير في الموقف أو السلوك) يمكن أن نحدد عملية الاتصال من خلال العناصر التالية، التي تعد شروطا لإتمام هذه العملية:

ــ " نقل وتبادل المعلومات": أي أنه عملية اجتماعية، تتضمن شيئا ما (معلومات، رسالة، محتوى) يتم إيصاله، من خلال النقل والتبادل، فنحن أمام مسألتين تتعلق الأولى بمحتوى وتتعلق الثانية بطرق إيصالها.

١- فيما يخص عملية نقل وإيصال المحتوى، فقد أصبحت العملية اليوم من أهم الفنون والعلوم، ففي مجال التربية والتعليم مثلا، تعدّدت النظريات والعلوم التي تهتم بعملية نقل المضمون التعليمي. وفي مجال الإشهار أصبح التدريب على ذلك يستدعي تضافر عدة علوم وفنون. وفي مجال الإدارة استحدثت مصالح العلاقات العامة، واستحدثت لها فروع علمية ودورات تدريب لإنجاح مهمتها في الترويج لخدمات المؤسسة وإقناع المتعاملين والزبائن.

هذا وكثيرا ما يتم الحديث عن أساليب الاتصال للتعبير عن مختلف الطرق المتبعة لتحقيق عملية نقل الرسالة، ويتضح من خلال تفحص الأساليب الخمسة التي حددها " فيرجينا ساتير" (Virginia Satir) (١) أن هذه العلمية شديدة الارتباط بشخصية المرسل، بتكوينه وبالموجهات التي توجه أفعاله وممارساته:

ولذلك فهي تتنوع حسب الأفراد والهيئات، ففي الوقت الذي يعتمد فيه البعض الطرق العنيفة للتبليغ، بشكل مبرر (كما في التدريبات الشاقة للجنود وغيرهم) أو غير مبّرر حينما يكشف عن الأمر عن نزوع عدواني لدى الشخص، نجد البعض الآخر يعتمد الحوار والإقناع العقلي كوسيلة للتعبئة واستيعاب الأفراد، ولزيادة تفعيل أداء المستخدمين أو الأنصار. هذا في حين يعتمد البعض الآخر طرقا ملتوية غير واضحة، هذا في حين يكتفي فيه البعض بالاسترضاء وتلافي الخصام وتسيير الأمور بشكل يجنبه الوقوع في المشاكل..

وبسبب أهمية مسألة نقل المعلومة داخل عملية الاتصال شدّد " إدوين إميري" (Edwin Emery) عليها عند تعريفه للاتصال عند قوله: << الاتصال هو فن نقل المعلومات والآراء، وكذلك الاتجاهات من شخص إلى آخر، وذلك عن طرق توجيه وسائل الإعلام والاتصال عن طريق الصورة أو الصوت أو الذوق أو الشم أو غيرها من الحواس.

٢- أما بالنسبة للمحتوى أي الرسالة، فهي تعني كل ما من شأنه أن يوجه أو يرسل للجهة المستقبلة، من أفكار وقيم و تعليمات ومعارف ومهارات وأوامر..الخ، ويجب أن نفرق بين المحتوى المشار إليه للتّو، والشكل عند الحدث عن الرسالة، فقد تكون الرسالة على شكل لغة (الكلام)(٢) أو أصوات أو إشارة أو رمز أو صورة أو نغم أو رسم أو شكل معماري (ولذلك كانت العمارة والزخرفة مثلا أو الصور تعبيرا عن رسالة خاصة تكشف عن هوية الأمة) وبشكل عام تأخذ الرسالة أشكالا بحسب ما تتلقاه حواس الإنسان. ويتحدد نجاح المرسل في تبليغ رسالته في حسن اختيار الأسلوب والشكل والمحتوى، فأحيانا يتطلب المضمون التعليمي، أن يستعمل المرسل أشكال التعبير الجسدية عندما يتعلق الأمر مثلا بالتعريف ببعض الموضوعات التي لا يمكن أن يستوعبها التلميذ

إلا من خلال ذلك، وأحيانا يكون التعبير من خلال الرسم أقوى تعبير عن فكرة ما وهكذا ...فالعبرة بتحقيق المرام.

ــ تتم "بين أطراف مؤثرة " ومتأثرة: أي بين مرسل « Emetteur » ومستقبل « Récepteur » فقد يكون المرسل فردا أو هيئة، وقد يكون منتجا للخطاب وصانعه، أو مجرد منفذ وناقل له. ولذلك وجب التفريق مثلا بين من يعدّ التقرير وبين الذي يذيعه، ومن يصنع القرار ومن يبلّغه.. هذا، وينسحب ما قيل سابقا فيما يخص المرسل عن المستقبل (أو المتلقي) أيضا فقد يكون فردا أو مجموعة أفراد أو هيئة، وتتحدد ما يطلب من المستقبل حسب علاقة المرسل به، وما ذا يريده منه، ولذلك وجب التفريق بين المتعلم ضمن العملية التربوية والذي يتلقى المعرفة من مبلغها الذي هو المعلم، وبين الجندي الذي يتلقى أوامر التدريب أو الحرب..هذا وتجدر الإشارة إلى طبيعة نجاح أي رسالة تتعلق بشروط خاصة بكل من المرسل أو المستقبل على حدى وبمدى العلاقة بينهما. فقد يعود التشويش أو اللبس أو الفشل في تحقيق أهداف الاتصال إلى الوسائل أو شكل الرسالة أو أسلوب الاتصال..

أما عن عناصر الاتصال، فهي:

١ ــ المرسل

٢ ــ المستقبل

٣ ــ الرسالة

٤ ــ الوسيلة

٥ ــ البيئة

وفصل العلماء فيها وقصروا منهم من جعلها ثلاثا ومنهم من جعلها ستا كلا بحسب دمجه وفكره ورؤته . فالمرسل هو صاحب الرسالة ولضمان نجاح رسالته عليه الوضوح. والمستقبل هو من ترسل إليه الرسالة وقد يكون ينظرها وهي في

محل انتظار أهم. والرسالة هي البيانات والمعلومات أو أي شيء آخر يود إرساله وإبلاغه ويجب أن تكون المحافظة عليها عالية. الوسيلة وهي ما كانت عليه الرسالة من كتاب أو شفاهية أو جوال أو غيرها. البيئة ولها تأثير كبير على الرسالة فقد تشوش البيئة على الرسالة في الوضوح والدقة والفعالية.

أهداف الاتصال وآثاره

تبين لنا من خلال تعريف عملية الاتصال تنطوي على أهداف مختلفة، بحسب النسق الذي تتم فيه، وحسب المرسل والرسالة وطبيعة الجمهور المستقبل، فهو يتم بين أطراف تشترك في الأهداف، كما هو الحال في المؤسسة، أو بين مؤثر ومتأثر كما هو الحال، في الغالب، في التعليم والإشهار والدعاية وغير ذلك.

ومن هنا يتضح لنا بأننا لا يمكن أن نتحدث عن الاتصال من دون الحديث عن آثاره، وما يترتب عنه من نتائج، وهذا يجرنا بالطبع لقول أن مما العملية الاتصالية تنطوي على أهداف يسعى المرسل إلى تحقيقها لدى مستقبله.

هذا، ويتحدّد الأثر حسب محددات ومعطيات عديدة (أسلوب الاتصال، شكل الخطاب ومحتواه، والوسائل المستعملة..) وكما يتنوع الثر يتنوع الهدف أيضا.

ونظرا لأهمية الأثر المتوخى من عملية الاتصال،أي عنصر الاستجابة، نجد البعض يركز على هذا العنصر عند تعريفه للاتصال، على نحو ما نجد عند "ستيفنس" (S. Stevens) الذي يرى بأنّ << الاتصال هو استجابة الكائن الحي المميّز لأيِّ رمز (٣).. وهو ما ذهب إليه) "كاري كرونكيت" (Cary cronkites) عند قولــه بأن: الاتصال بين البشر يتم عندما يستجيب الإنسان لرمــز ما..

ولكن يبقى دائما الثر مرتبطا بعناصر كثير منها المضامين المرسلة، والتي قد تكون سلبية، تهدف إلى تزييف وعي الأفراد، وتحويلهم إلى مجرد حشود لا يشعر الفرد فيها بأية مسؤولية خلقية في تصرفاته وسلوكياته، أو تحويله إلى مجرد ذوات استهلاكية لا تشعر بأي استقلالية في التفكير والتصرف. وإلى كائنات خاضعة، وهذا ما تقوم به بعض المؤسسات العملاقة التي تسيطر على أجهزة ووكالات الإعلام والاتصال. والتي تستعمل عدة أساليب لتحقيق أهدافها، والتي من بينها محاولة خلق اتجاهات فكرية وسلوكية نمطية، وخلق أذواق وعادات استهلاكية، تنسجم وأهدافها، وتضمن تحقيق مصالحها، وتؤمن استمرار تدفق خدماتها وسلعها.

وهذا ما جعل العلماء يؤكدون اليوم على المفهوم الإعلامي للاتصال، بعد أن أصبحت عمليات الاتصال بفضل تطور وسائل الاتصال الجماهيري تتسم بعمق التأثير وسعة الانتشار، فمن خلالها يمكن أن يتوجه المرسل إلى عددٍ لا حصرَ لهُ من المستقبلين في وقت واحد.

وقد تكون كذلك أداة تنوير وتثقيف، وهذا ما تساعد على تحقيقه، وبشكل سريع وأفضل، التطورات العلمية والتقنية المتسارعة نراه في مجال تكنولوجيا الكومبيوتر (عتاده وبرمجياته) وتكنولوجيا الاتصالات (الأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية) وكذا تطور شبكة الإنترانيت.

وهكذا، فمع زيادة انتشار الاتصال زادت أهميته بفضل دوره الأساسي بوصفه أساس العلاقات الإنسانية، حيث بفضله يمكن أن تتطور هذه العلاقات وتتعمق، وذلك بما يتضمنه من رموز ومعلومات وأفكار وتجارب.

خصائص الاتصال

يُعَدْ الاتصال ظاهرة وسلوك إنسانى يستخدمه الفرد لتبادل المعلومات والمنفعة لاستمرار حياته، فالاتصال عملية اجتماعية هامة لا يمكن أن يعيش يدونها الإنسان أو المنظمات أو المؤسسات على المستوى المجتمعي ككل، وهذه العملية ينبغي أن تقوم على الصراحة، والوضوح ودقة الأخبار والمعلومات مع ذكر مصادرها، ويشترط الالتزام بالمعايير الاجتماعية السائدة في المجتمع مثل الصدق، والأمانة، والإخلاص.

ومن خصائص عملية الاتصال التي تساهم بدور كبير في توضيح مفهوم الاتصال، ومن بين هذه الخصائص ما يلي:

١. الاتصال تلقائي النشأة: يكون الأفراد مدفوعين اجتماعيًا إلى الاتصال ببعضهم البعض، بما خلقه الله تعالى في الإنسان من طبيعة بشرية، تحمل كل صفات البشر التي تطلب العيش في جماعة وتتفاعل وتتبادل الآراء والمعلومات.

٢. الاتصال ظاهرة إنسانية: فالاتصال أسلوب إنساني، وإذا كان هناك اتصال لدى الحيوانات والطيور وغيرها، فإنه يعتمد على عوامل حسية بعيدًا عن السمات الاجتماعية، التي يتميز بها الاتصال الاجتماعي لدى الإنسان.

٣. الاتصال ظاهرة عامة ومنتشرة: الاتصال يتحقق داخليًا وخارجيًا وينظم طبقًا لقوانين معينة، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، وبالنظر إلى أهمية الاتصال الفكري والثقافي بين المجتمعات نجد ما يؤكد أن الاتصال من الظواهر العامة والمنتشرة على مستوى الأفراد.

٤. الاتصال يمتاز بموضوعيته: فالاتصال ليس تصورًا أو خيالاً، وإنما هو حقيقة واقعية، بمعنى أن معرفتنا للاتصال تستمد من الواقع، وما يترتب عليه من تأثيرات متبادلة بين أطرافه.

٥. الاتصال له طبيعة تأريخية: كان الاتصال في أول أشكاله يقوم على المواجهة، وبتطور الحياة الاجتماعية أصبح يأخذ أشكالاً أكثر تشعبًا وتعقيدًا مع ظهور الكتابة ومن بعدها الطباعة وهكذا فيما تلاها من مستحدثات.

٦. الاتصال يمتاز بالترابط وصفة الإلزام: فهو وسيلة للترابط والتماسك في المجتمع حيث يحقق للإنسان الشعور بالأمان والتكامل الاجتماعي

الـهوامش

١ ــ لمزيد من التوسع أنظر: محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص٤٤- ٤٧.

٢ ــ يجب أن نفرق بين الأصوات والكلام، فالكلام هو اللفظ المركب المفيد بالوضع، وهو – كما نعلم – يتكون من الاسم والفعل والحرف. فهو مركب بحيث يؤكد شيئا أو ينفيه، وهو مفيد أي يدل على شيء، وهو يكون من خلال الوضع أي من ابتكار المجتمع حيث يتطور بتطور التفكير الوسائل المختلفة التي يستخدمها الإنسان لتحقيق حاجاته وتحسين ظروف معيشته.

٣ ــ محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، مرجع سابق، ص٢٤.

مهارات الاتصال

إحدى أهم مهارات العصر الذي نعيش فيه

فمهارات الاتصال أهم مهارات القرن الحادي والعشرين، وأهمية إكسابها للطلاب، ومهارات الاتصال هي المهارات التي تستخدم في الحياة العملية التي بموجبها يقوم شخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم وعبر وسيلة اتصال، تنقل هذه الأفكار إلى شخص آخر وبدوره يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها. عادة ما تلعب الشخصية بناءً على هذه المهارات، دوراً رئيسياً وأساسياً في الترويج للإنسان، سواء تقدم لوظيفة ما، أو التأهل لبرنامج معين بناء على تنافس بينه وبين الآخرين، خوض غمار المعارك الانتخابية، التقدم لخطبة فتاة، الدعوة لرسالة سامية، وغيرها من الأمور. ويقاس مدى نجاح مهارات الاتصال في مدى توفيرها للوقت والجهد:

١ ــ المسئولية والقدرة على التكيف – ويقصد بها ممارسة المسئولية الشخصية والمرونة على مستوى السياقات الشخصية والمتعلقة بمكان العمل والمجتمع، ووضع الأهداف والمعايير العالية لنا ولغيرنا وتحقيقها، وتقبل الغموض

٢ ــ مهارات الاتصال — ويقصد بها فهم وإدارة وإنشاء اتصال شفهي وكتابي ومتعدد الوسائط يتميز بالفاعلية على هيئة أشكال متعددة وفي سياقات متعددة.

٣ ــ الإبداع والتطلع الفكري – ويقصد به وضع أفكار جديدة وتطبيقها وتوصيلها إلى الآخرين؛ والانفتاح على وجهات النظر الجديدة والمتنوعة والتجاوب معها.

٤ ــ التفكير النقدي والتفكير المنظومى – ويقصد به ممارسة التفكير المنطقي السليم في فهم الخيارات المعقدة واتخاذها وفهم الصلات البينية بين الأنظمة.

٥ ــ مهارات المعرفة الخاصة بالمعلومات والوسائط – ويقصد بها تحليل المعلومات والوصول إليها وإدارتها ودمجها وتقييمها وإنشائها في هيئة صور مختلفة من الأشكال والوسائط

٦ ــ مهارات التعامل والتعاون مع الآخرين – ويقصد بها إبراز روح العمل الجماعي والقيادة، والتكيف مع مختلف الأدوار والمسئوليات، والعمل بشكل مثمر مع الآخرين، وإظهار التعاطف، واحترام وجهات النظر المختلفة.

٧ ــ تحديد المشكلات وصياغتها وحلها – ويقصد بها القدرة على التعرف على المشكلات وتحليلها وحلها.

٨ ــ التوجيه الذاتي – ويقصد به رصد الاحتياجات الشخصية الخاصة بالفهم والتعلم، وتحديد المصادر المناسبة، والانتقال بالتعلم من مجال لآخر.

٩ ــ المسئولية الاجتماعية — ويقصد بها تحمل المسئولية مع مراعاة مصالح المجتمع بشكل عام؛ وإظهار السلوك الأخلاقي في كافة السياقات الشخصية والخاصة بمكان العمل والمجتمع.

مهارات الاتصال الإنساني

يُمكن تعريف مهارات الاتصال على أنّها المهارات المستخدمة في الحياة العملية، والتي ينقل بموجبها الشخص أفكاراً أو مفاهيمَ أو معلومات لشخص آخر عن طريق رسائل كتابية أو شفهية مصحوبة بتعبيرات الوجه، ولغة الجسد وعن طريق إحدى وسائل الاتصال، ثمّ يرد الشخص الآخر بدوره على تلك الرسالة وفقاً لفهمه لها، وتلعب تلك المهارات دوراً رئيسياً في الترويج للفرد، سواء عند تقدّمه لإحدى الوظائف أو تأهله لبرنامج معيّن يعتمد على التنافس بينه وبين الآخرين أو دخوله في إحدى الانتخابات أو تقدّمه لخطبة فتاة أو دعوته لرسالة هادفة وغيرها .عناصر الاتصال المرسل: هو صاحب الرسالة .المستقبل: هو من تُرسل إليه الرسالة .الرسالة: هي المعلومات أو البيانات أو أي شيء آخر يرغب المرسل بإبلاغه للمستقبل .الوسيلة: هي الطريقة التي أرسلت فيها الرسالة، سواء كتابة أو شفاهة أو ضمن الأجهزة الذكية .البيئة: هي التي تؤثر على الرسالة في الوضوح والدقّة والفعالية .أهمية مهارات الاتصال يعدّ الاتصال الإنسانيّ أحد أهم جوانب الحياة؛ فهو وسيلة فعّالة من وسائل التطوير المعتمدة بين الأفراد والجماعات على السواء؛ ونظراً لأهمية التواصل مع الآخرين والعمل في فريق سواء في المدرسة، أو الجامعة، أو العمل؛ أصبحت مهارات الاتصال إحدى المتطلّبات الأساسية للتطوّر الشخصيّ والمؤسسيّ، وإنّ التمتّع بمهارات الاتصال من شأنه تحقيق الأهداف المخطّط لها مسبقاً، وتقديم رؤية ذات معالم واضحة حول تلك الأهداف، وتحقيق إعداد جيّد لها في بيئة ملائمة .خصائص الرسائل الاتصالية الناجحة الصراحة غير المتحيزة: هذا يعني أنّها خالية من اللبس وشاملة للحقيقة، وذلك حتّى تتمكّن من الوصول إلى القلب والعقل، وتؤدّي إلى التأثير في

معلومات واتجاهات المستقبل .الصحّة أو الضبط: يعني أن تكون سليمة اللغة، وخالية من الأخطاء النحوية أو الإملائية، ومتضمّنة للكلمات الصحيحة في جمل صحيحة وفقرات ذات معنى .الوضوح: بمعنى أن لا يكون هناك فرصة لوقوع سوء التفاهم، وهذا يتطلّب التأكد من كل كلمة وجملة من العبارات المستخدمة في الاتصال سواء الكتابيّ أو الشفهيّ؛ وذلك لضمان تحقّق فهم المستقبل لها .الكمال: يجب أن تكون الرسالة الاتصالية كاملة؛ بحيث لا يفترض المرسل أنّ المستقبل يفهم رسالته من أول مرّة، كما لا يحذف أجزاء منها معتمداً على ذات الاعتبار فهم المستقبل لها دون إكمالها؛ فلا مشكلة من تكرار الرسالة أكثر من مرّة. الإيجاز والاختصار: يكون ذلك بحذف المعلومات التي لا فائدة منها، والتي هي مجرّد حشو زائد لا يحقّق هدف الاتصال .اللطف: يجب أن تكون الكلمات لطيفة وطيّبة؛ لإضفاء المزيد من الاحترام، والتقدير، والسرور على العلاقة بين المرسل والمستقبل(١).

مهارات الاتصال تعتبر مهارات الاتصال من أهمّ المهارات التي يحتاج إليها الناس باستمرار، حيث إنّ هذه العمليّة تساعد على تناقل الأفكار، والمعلومات بين الناس إما بطريقة مكتوبة، أو بطريقة شفوية، أو ربما باستعمال لغة الجسد، وبمجرد أن يستلم الشخص المستهدف الرسالة المرسلة إليه فإنّه يقوم بالردّ عليها بشكل فوريّ حسب قدرته على فهم وتحليل فحوى الرسالة .يهتم كلّ الناس، وخاصّة أولئك الذين يعملون في قطاعات معينة كالتعليم، والإعلام، والمال والأعمال بمهارات الاتصال، حيث تساعد هذه المهارات على إيصال خدماتهم للآخرين بشكل أكثر فاعليّة، وربما جني الأرباح الكبيرة إذا ما استخدمت بأفضل الطرق والسبل، وتساعد أيضاً مهارات الاتّصال الأشخاص الذين يعملون في الحياة السياسية أو الحياة الاجتماعيّة على إيصال ما لديهم من أفكار للآخرين ممّا يؤدّي إلى تفاعل الناس معهم بشكل كبير، وبالتالي إيصالهم إلى أفضل المراتب

وأعلاها .أهميّة مهارات الاتصال مهارات الاتصال هي الأداة التي يصل بها الإنسان إلى هدفه، وغايته، فمتى ما كان الإنسان قادراً على التخطيط لحياته، استعان بهذه المهارات وانطلق ساعياً وراء تحقيق حلمه وهدفه، لهذا فقد كان لزاماً على كل إنسان يريد أن يبدأ حياته العملية، أو أن ينتقل إلى مرحلة أخرى أن يعرف تمام المعرفة المهارات التي تلزمه من أجل وصوله إلى غايته التي يطمح إليها، ولهذه المهارات العديد من الأمثلة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر:

ـــ القدرة على مواجهة الناس والتحدث إليهم..

ـــ والقدرة على كتابة السيرة الذاتية باللغات الأكثر استعمالاً، فنحن العرب نستعمل عادة اللغتين العربية أو الإنجليزية في كتابة السير الذاتية..

ـــ بالإضافة إلى القدرة على التحدث بعدّة لغات...

ـــ والقدرة على استعمال الحاسوب، وشبكة الإنترنت، ووسائل الاتصال المرتبطة بهما...

ـــ بالإضافة إلى القدرة على التخاطب بشكل رسمي من خلال الرسائل الرسمية، وفن الإدارة، والإتيكيت.

ـــ والقدرة على التعامل الحسن مع الجمهور، وحسن الاستماع وفهم الكلام..

ـــ والقدرة على التحليل، والنقاش، والحوار، والبعد عن الجدال..

ـــ والقدرة على إدارة الوقت، وإمكانية كتابة التقارير المختلفة والأبحاث، والمقالات الصحفية، وما إلى ذلك...

ـــ وأخيراً قدرة الإنسان على العمل ضمن فريق واحد يضمّ عدداً من الأفراد، بالإضافة إلى القدرة على العمل تحت الضغط .

فمهارات الاتصال مهمة بالنسبة للأشخاص العاديين الذين يسعون إلى تحقيق أهدافهم، وأحلامهم، إلا أن لها أهمية أكبر وأهمية مضاعفة عندما يتسلم الإنسان منصباً قيادياً فعالاً، حيث تزداد المسؤوليات الملقاة على ظهره، فهو يحتاج

مهارات الاتصال بشكل أكثر فعالية حتى يكون قادراً على إقناع الآخرين بأفكاره، وتطلعاته، وخططه، وحتى يكون قادراً أيضاً من الحفاظ علىعلى عمله ضمن الحدود المطلوبة من الجودة والكفاءة.(٢)

تعريف مهارات الاتصال:

تعريف مهارات الاتصال ذات صلة تعريف الاتصال أهمية مهارات الاتصال مفهوم مهارة الاستماع مفهوم التواصل والاتصال مهارات الاتصال هي من أهم المهارات التي لا يستطيع الانسان العيش بدونها، حيث أن الانسان يرتبط بمن حوله ارتباطاً وثيقاً من أجل مواصلة الحياة بشكل طبيعي، والاتصال هو واحد من أهم العمليات الاجتماعية. يكون أساس عملية الاتصال على تبادل معلومات وأفكار بين الناس، كما أن فيها تبادل حضارات وثقافات بين الناس، كما أن عملية الاتصال لها شروط وأركان، ولها أجزاء لا تتم عملية الاتصال بدونها. كما أن عملية الاتصال تقوم على ثلاثة أركان، وهم المرسل والمستقبل والأداة التي يتم بها الاتصال، والمادة التي تنتقل خلال الاتصال. حيث أن الشخص المرسل هو الشخص الذي يقوم بارسال المعلومات والبيانات، أما الشخص المستقبل هو الشخص الذي يقوم باستقبال المعلومات التي يرسلها الشخص المرسل، بينما المادة التي تنتقل بين المرسل والمستقبل هي المعلومات والكلمات التي ينقلها المرسل للمستقبل من خلال أداة الارسال، أما أداة الارسال فقد تكون الهوء الجوي إذا كان الحديث شفهياً، أو قد تكون بواسطة الهاتف، أو الانترنت أو الرسائل الورقية. أهم المهارات التي يجب أن تتوافر في المرسل و المستقبل: مهارة التحدث والقدرة على الكلام:فيجب أن يكون الشخص المرسل قادراً على الكلام من أجل وجود كلمات تمثل المعلومات التي يتم ارسالها خلال عملية الاتصال، كما أن المرسل يجب أن يدرك التوقيت المناسب للكلام والصمت. مهارات الكتابة:فيمكن ألا يتقن

الشخص المرسل الكتابة فيكتفي فقط بأن يكتب الكلمات التي يريد إرسالها إلى الشخص المستقبل وتكون هي المعلومات التي تنتقل إلى الشخص المستقبل. مهارة القراءة: وهذه المهارة يجب أن تتوافر في الشخص المستقبل، والذي سيقوم باستقبال الرسائل الموجهة له من الشخص المرسل، من أجل الفهم الصحيح ووصول الهدف المراد من عملية الاتصال. مهارة الاستماع: والتي يجب أن تتوافر في الشخص المستقبل، في حالة كانت الأداة المستخدمة في عملية الاتصال هي المحادثات الشفهية الاتصال: هو العملية التي لا يستطيع الانسان الاستغناء عنها أبداً، فهي بمثابة الحياة مع العالم الخارجي الذي يعيش فيه، فنرى أن الانسان يستطيع أن يعبر عما بداخله من خلال الحديث مع الآخرين، كما أن الانسان يحصل على ما يريد من خلال عملية الاتصال، والتي تمثل العملية الأساسية الأولى في حياة الانسان من أجل التواصل مع مجتمعه الذي يعيش فيه، من هذا المنطلق كان واجباً تطوير هذه المهارة بشكل دائم وعدم إهمالها(٣).

الهوامش:

[1] ـ http://mawdoo3.com

[1] ـ راجع: http://mawdoo3.com

[1] ـ http://mawdoo3.com

ما هي أهمية مهارات الإتصال؟

أصبحت مهارات الإتصال تشكل أهمية كبيرة بالنسبة للفرد حيث يتوقف عليها نجاحه في الكثير المجالات سواء في العمل أو الدراسة أو غير ذلك،و خلال السطور القادمة سوف نتحدث تفصيلاً عن أهمية مهارات الإتصال فقط تفضل عزيزي القارئ بالمتابعة.

أولاً: نبذة سريعة عن مهارات الإتصال

. يمكن تعريفها بأنها مجموعة من المهارات التي يلجأ الفرد للإعتماد عليها من أجل النجاح في نقل فكرة أو توصيل معلومة معينة لشخص آخر عبر مختلف الوسائل سواء من خلال الرسائل النصية المكتوبة أو عبر الرسائل الشفوية أو من خلال لغة الجسد كتعبيرات الوجه،و غير ذلك و بالطبع بناء على مدى استيعاب المرسل إليه للرسالة سوف يقوم بالرد عليها و الجدير بالذكر أن الفرد لا يمكنه الإستغناء عن هذه المهارات لأن الإنسان كائن اجتماعي لا يمكنه العيش بمفرد دون أن يتفاعل مع الآخرين و بالطبع الإتصالي يعني التواصل،و من أبرز مهارات الإتصال مهارة الإلقاء و التحدث،و مهارة الإستماع،و مهارات القراءة،و الكتابة(١).

ثانياً: ما هي أهمية مهارات الإتصال..؟

تعتبر هذه المهارات هي الحجر الأساسي لتقدم الأفراد،و المؤسسات،و الشركات،و تتجلى أهميتها فيما يلي:-

*يحتاج الفرد في عمله إلى هذه المهارات سواء إن كانت الشفوية أو الكتابية حتى يستطيع التواصل مع زملائه،و رؤسائه،و كذلك التواصل مع عملاء المنشأة أو المؤسسة.

*يعتمد على هذه المهارات في نقل،و تبادل المعلومات و الأفكار بين الأفراد،و هذا ما يجعلها تلعب دوراً أساسياً في إحداث تقدماً هائلاً ي شتى المجالات سواء إن كانت الإجتماعية أو الإقتصادية أو الثقافية.

*تمنح المؤسسات،و الشركات فرصة للتقدم،و الإزدهار،و ذلك لأن العمل الجماعي أو العمل ضمن فريق يعتبر أحد أهم الأساليب التي تساعد الشركات في تحقيق الأهداف المنشودة،و بالطبع السبب الحقيقي وراء نجاح الفريق في أداء مهامه إلمام جميع أعضائه بمهارات الإتصال.

*يعتمد الفرد على هذه المهارات بشكل أساسي في الترويج لنفسه فنجد أن الشخص الذي الترشح للإنتخابات،و النجاح بها يلجأ إلى هذه المهارات من أجل تعريف الجمهور به،و هكذا.

*تسهم هذه المهارات في إيجاد حلول فعالة لمختلف المشكلات و المواقف التي يتعرض لها الإنسان في حياته.

*اتقان الإنسان لمهارات الإتصال يجعله أكثر قدرة على التواصل بشكل إيجابي مع الآخرين،و تكوين علاقات اجتماعية ناجحة كما يسهم أيضاً في زيادة ثقته بنفسه.

*تشكل أهمية خاصة للأشخاص العاملين في مجال التسويق كونها تساعدهم على التواصل مع العملاء،و إقناعهم و التأثير عليهم لإتخاذ قرار الشراء.

*تؤدي دور فعال في العملية التعليمية حيث يعتمد المعلم عليها لكي ينجح في توصيل المعلومات بنجاح للطلاب.

*تجعل الفرد أكثر قدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة و ذلك لأنها تتيح له الفرصة للحصول على كم هائل من المعلومات،و الأفكار كما تسهم أيضاً في تغيير شخصيته للأفضل فيصبح أكثر هدوء،و حكمة.

*تجعل الفرد يتجنب العديد من الأخطاء و المشكلات التي تنتج عن سوء التعامل مع الآخرين،و ذلك لأنها تزيد قدرته على التواصل بشكل مميز مع مختلف الفئات.

الخلاصة. .هناك ارتباط وثيق بين نجاح الفرد و رغبته الشديدة في تحقيقة أهدافه،و بين مهارات الإتصال،و ذلك لأن اتقان الفرد لهذه المهارات يوفر له الوقت و الجهد،و يعينه على تحقيق أهداف ،و لذلك من الضروري أن يحرص الفرد على تعلم هذه المهارات سواء من خلال الإلتحاق بالدورات التدريبية أو عبر الإستفادة من الأشخاص الذي يتمتعون بها...

الهوامش:

١ ــ راجع: موسوعة ويكيبيديا الحرة.

التواصل الفعال

أهمية مهارات التواصل الفعال

يعد الاتصال الإنساني جانباً مهما في الحياة فهو أداة فعالة من أدوات التغيير والتطوير والتفاعل بين الأفراد والجماعات. ويلعب دوراً مهماً في التطور والتغير الاجتماعي والثقافي والاقتصادي، فكلما اتسعت وتنامت خطوات التغيير والتطور، اتسعت وازدادت الحاجة إلى المعلومات والأفكار والخبرات، وبالتالي إلى قنوات الاتصال لنقلها وإيصالها إلى الأفراد والجماعات،.

ونظرا لأهمية التواصل مع الآخرين وعمل الفريق سواء في المدرسة أم الجامعة أم العمل، فان امتلاك **مهارات الاتصال** غدا أحد المتطلبات للنمو الشخصي والمؤسسي.

للوصول إلى هدف|الاهداف التي عادة ما توضع من خلال تخطيط مسبق، ورؤية واضحة المعالم، وإعداد جيد في بيئة صحية، سواء كان التخطيط على المدى القصير أو المتوسط أو البعيد، لا بدّ من التسلح بالكثير من هذه المهارات.

الأمثلة على هذه كثيرة ومتنوعة منها فن الإلقاء والتحدث أمام الجمهور، إعداد وكتابة السيرة الذاتية باللغة العربية والإنجليزية، استخدام الحاسوب والإنترنت، فن إدارة الأزمات وحل المشكلات، فن الاتكيت والتعامل مع الجمهور، مهارة الكتابة الصحفية، حسن الخلق، حسن الخط، فن الاستماع والإنصات، القدرة على التنبؤ والتحليل، العمل ضمن فريق والعمل تحت الضغط، استخدام أسلوب المنطق العلمي في النقاش والحوار، قوة اللغة وملكة التعبير والإيجاز، القدرة على البناء والتصميم، فن إدارة الوقت، التحدّث بأكثر من لغة، القدرة على كتابة أبحاث وتقارير معبرة وافية....إلخ

طبعاً كلما ازدادت أهداف الإنسان في هذه الحياة كلما احتاج إلى مهارات اتصال أكثر، وكلما ازدادت هذه المهارات قويت شخصية الفرد، وزادت ثقته بنفسه، وفتحت أبواب النجاح له باباً تلو الآخر.

إن مهارات الاتصال تعد إحدى المهارات الأساسية التي يجب أن تتحلى بها القيادات، فإذا فشل المستمعون في فهم كلمتك، أو إذا انصرف عدد كبير منهم عن الإنصات لك نتيجة الإحساس بالملل مما تقوله، تكون قد افتقدت القدرة على التواصل مع الجمهور، والإحدى عشرة نصيحة التالية إذا لم تجعل منك خطيبا مفوها، فإنها ستعينك حتما على تجنب الكثير من الأخطاء الشائعة التي يرتكبها الكثيرون عند مخاطبة الآخرين لاحظ أن هذه النصائح تعتمد بشكل رئيسي على محاولة التقليل من العادات التي تعوق قدرة الفرد على مخاطبة الآخرين بطريقة واضحة تؤثِّر فيهم.

خصائص الرسالة الاتصالية الفعالة والناجحة

الرسالة الاتصالية هي قلب عملية الاتصال وحلقة الوصل بين المرسل والمستقبل، فلا يمكن أن تتم عملية الاتصال بدونها، ولا بد من توفر بعض الخصائص في الرسالة الاتصالية حتى تكون ناجحة وهي:

١ــ صريحة غير متحيزة :بمعنى أنها لا لبس فيها ويجب أن تقول الحقيقة حتى تنفذ إلى القلب والعقل، وتؤدي إلى تغير في معلومات واتجاهات المستقبل.

٢ــ صحيحة أو مضبوطة :بمعنى سلامة لغة الرسالة الاتصالية وخلوها من الأخطاء النحوية أو الإملائية واختيار الكلمات الصحيحة ووضعها في جمل صحيحة وفقرات معبرة. فاللغة السليمة تبين مدى حرص المرسل على إيصال رسالته للمستقبل على اكمل وجه.

٣ــ واضحة أو جلية :يجب أن يكون معنى الرسالة الاتصالية واضحاً بحيث لا يكون هناك أدنى إمكانية لسوء الفهم، وهذا يتطلب فحص كل كلمة وجملة وعبارة من عبارات الرسالة الاتصالية حتى تكون مفهومة لدى المستقبل.

٤ــ تامة أو كاملة :يجب أن تعطي الرسالة الاتصالية معنى كاملا عن طريق تزويد المستقبل بمعلومات وفيرة تجيب عن جميع أسئلته وتوضح الهدف الاتصالي. وهذا يتطلب من المرسل أن يحلل جمهوره ويعرفهم حق المعرفة حتى يعوا قصده من الاتصال مباشرة، وكذلك يجب ألا يفترض بأن المستقبل يفهم رسالته من أول مرة فلا باس أن يكرر رسالته أكثر من مره حتى يعطي صورة كاملة عن هدفه من الاتصال.

٥ــ موجزة أو مختصرة :على المرسل أن يوجز, ويكون الإيجاز بحذف المعلومات التي لا تسهم في تحقيق هدف الاتصال وتجنب الحشو الزائد.

٦ــ لطيفه أو دفئه :يجب على المرسل أن يستخدم الكلمات الطيبة واللطيفة التي تضفي جواً من الاحترام والتقدير والسرور والمحبة على جو الاتصال.

٧ــ محسوسة أو ملموسة :يجب أن تكون كلمات الرسالة الاتصالية محسوسة لأن الكلمات المحسوسة أكثر تحديداً للمعنى من الكلمات المجردة لكونها تشير إلى الإنسانية

مهارات الاتصال
والدور التربوي للصغار وللكبار

الاتصال هو فن العلاقة بين الناس، وبالأخص بين المدرس وطلابه ويسمى هذا الاتصال " الاتصال الشخصي المباشر"...

فالاتصال المباشر هو (عملية تواصل آي يتم بين الأفراد مباشرة دون الاستعانة بأية أداة من الأدوات التي تسهل عملية الاتصال مثل التليفزيون أو الإذاعة أو الصحافة أو التليفون أو غيرها.. ويتيح هذا الشكل من الاتصال فرصة كبيرة لتبادل المعلومات في الاتجاهين بين المرسل والمستقبل)(١)، فالاتصال إذن هو عملية إنتاج ونقل ومعالجة الرسالة الإعلامية.
وهناك عدة أشكال من الاتصال، منها (٢):-

ـ الاتصال الجماهيري:

وهو عبارة عن عملية إعلام بهدف إقناع الناس وحملهم على السلوك بطريقة معينة في نهاية الأمر، غير أن أسلوب الإقناع والاستمالة ليس أسلوبا ماديا قائما على القهر والعنف أو المكافأة المحسوسة، بل هو قائم على استخدام الرمز كاللفظ والإشارة والصورة والحركة والإيماءة، للإقناع (٣)، فالاتصال الجماهيري قد يجري بين شخص أو مؤسسة وعدة جماعات متفرقة لا تتصل ببعضها البعض ولا تري مصدر الاتصال وجها لوجه عن طريق وسائل متعددة منها الصحافة والمطبوعات والإذاعة والتليفزيون والسينما وغيرها من وسائل الإعلام.

ـ الاتصال الإعلامي:

وهو إعلام بهدف تعريف الأفراد بالمشكلات الأساسية التي تواجه المجتمع، والدور الذي يمكن أن يقوموا به كأفراد أو جماعات للتغلب على هذه المشكلات.

ـ الاتصال الاجتماعي:

وهو الإجراء أو الشكل الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية المختلفة، أو العمل الذي تنتقل المعاني عن طريقه من إنسان لآخر أو من جماعة لأخرى.

ـ الاتصال عبر الأقمار الصناعية:

وهو نموذج حديث من الاتصالات والإعلام، فبه يتم الاتصال عبر الأمم وذلك عن طريق الإنترنت والشبكات الاتصالية والمعلومات وعن طريق الفضائيات (السماوات المفتوحة) ويتم كل ذلك عبر الأقمار الصناعية، فالقمر الصناعي جهاز يدور بنفس سرعة الأرض وبنفس اتجاه دورانها، وتُركَب عليه محطتا استقبال وإرسال، وتستقبل الأولي البرامج المرسلة من المحطات التليفزيونية الأرضية والأخرى ترسلها إلى أية محطة استقبال على سطح الأرض، ثم ترسل بدورها إلى أجهزة استقبال الأفراد على مساحات كبيرة من سطح الكرة الأرضية، وبالتالي ينتشر هذا النوع من الاتصالات في مناطق جغرافية واسعة على سطح الأرض .(٤) ويسمى هذا الاتصال أيضا الاتصال عبر الثقافات.

ـ وهناك العديد من مستويات الاتصال:

مثل الاتصال ذو الاتجاه الواحد، وهو عبارة عن اتصال يتجه من المرسل إلى المستقبل فقط دون أن ينتقل من المستقبل إلى المرسل، ومثاله الإذاعة والصحافة.

وهناك الاتصال التأثيري أو الإقناعي (الدعاية والإعلان) ويتم بإثارة اهتمام الأفراد بالسلوك الواجب اتباعه وإقناعهم بممارسته.

وهناك أيضاً الاتصال بين الأشخاص ويتم هذا الاتصال بين شخص وأخر لتبادل الأخبار والمعلومات.

وهناك الاتصال المحدود عبر الاجتماعات والندوات ..

وعلى ذلك فالاتصال يعني ببساطة شديدة: عملية تبادل الأفكار والرسائل والمعلومات وتنمية العلاقات، كما يعتبر الاتصال من أهم السمات الإنسانية الأساسية والمظاهر الاجتماعية الحيوية في عالم اليوم (٥).

وسوف نتحدث هنا عن الاتصال والتعليم ودورهما التربوي في تنمية الابتكار لدى الطلاب، حيث ثبت أن للإعلام الدور الفاعل والحيوي في عملية تطوير القدرات والمهارات الابتكارية والتشجيع على الإنتاج الابتكاري لدى الأطفال والنشء والشباب والكبار، وبذلك تتأصل العلاقة ـ غير المباشرة ـ الحياتية والمستمرة والقوية بين التربية والإعلام من خلال تلك المجالات التربوية الابتكارية(٦):

١ـ الاتصال المباشر في العملية التربوية: مهاراته وعناصره:

الاتصال المباشر كان ومازال الوسيلة الإعلامية المهمة التي تُشكل نموذجاً أساسياً لظاهـرة الاتصال الإنساني وهو حجـر الزاوية وبيت القصيد في كل نشاط إعلامي، بل كان الوسيلة البالغة الأهمية في هداية الناس وإرشادهم عبر الأنبياء والديانات المختلفة، وتعود أهمية الاتصـال المباشر، عموما، إلى الطابع الإنساني للقائم بالاتصال الذي يجعل الناس بعد مصافحتهم له يتحدثون عن رقته وبساطته وتواضعه(٧)..

فالاتصال المباشر ما هو إلا عملية اتصال تحدث بين فرد وآخر أو بين فرد ومجموعة أخرى على أساس المواجهة والاحتكاك المباشر وجهاً لوجه، أو هو عملية تبادل المعلومات والأفكار والأخبار التي تتم بين الأشخاص دون عوامل أو

قنوات وسيطة، وفي هذه العملية الاتصالية يكون هناك طرف مرسل والطرف الآخر مستقبل للرسالة الاتصالية .

الاتصال المباشر ــ في المؤسسة التعليمية ــ هو ما تقوم به المُدَرسة أو المُدرس في قاعة الدراسة بهدف إقناع التلاميذ وإعلامهم وتعليمهم وتنمية مداركهم المختلفة، فهو اتصال مباشر يتميز بالشكل التعليمي في المقام الأول: وقد يسمى اتصالاً جماعياً مباشراً، لأنه بين شخص (المُدرس) وبين عدة أشخاص أو جماعة معينة (الطلاب) .. والاتصال المباشر يقوم على الاتصال الشخصي والجماعي وجها لوجه ، ويختلف عن الاتصال الجماهيري في عدة أمور:

ــ **فالاتصال المباشر يتم بين الجماعات الصغيرة:** حيث يعرف الناس بعضهم بعضا، ووجهاً لوجه، فيتناقشون ويتحدثون ويتبادلون الرأي والمشورة ويتأثرون بعضهم بالبعض الآخر، ويدركون انطباعات أحاديثهم على بعضهم البعض.

ــ **كما أن الاتصال الحديث بالجماهير له خصائص مختلفة:** فهو يتم من جانب واحد ولا تُتاح للمستقبل (القارئ أو المستمع أو المشاهد) طريقة سهلة لكي يوجه الأسئلة أو يُعَقب أو يستوضح ما عُرض عليه، بينما الاتصال المباشر يمتاز بتعديل الوسائل المتبادلة على ضوء رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل، فوسائل الاتصال الجماهيري تفتقد هذه الميزة.

ــ **كما أن المرسل في الاتصال الجماهيري يختار:** الفئة التي يوجه إليها رسالته، ولكن هذه الفئة لها الحق في رفض أو اختيار ما تشاء من هذه الرسالة، فالناس هم الذين يقررون ما يرغبون في استقباله من وسائل الاتصال وهم الذين يقررون هل يقرءون صحيفة أو مجلة أو يستمعون إلى الإذاعة أو يشاهدون الفيلم أو التليفزيون أو القناة الفضائية، وهم الذي يختارون ما يريدون من البرامج، كما

يحددون الأوقات التي تناسبهم، عكس الاتصال المباشر الذي يكون محدداً مباشراً ومفروضاً أيضاً، خصوصاً في قاعات الدرس والتحصيل وعبر قنوات التعليم.

ــ كما يختلف الاتصال الجماهيري عن الاتصال المباشر من حيث: انعدام الطابع المواجهي وفقدان التخاطب مع فرد بعينه أو مجموعة محددة صغيرة..

ــ كما أن الاتصال الجماهيري يعتمد على وسائل إعلامية واسعة النطاق(٨)، ولكن الاتصال المباشر يعتمد على وسائل تعليمية قليلة والاعتماد الأكبر له على مهارات الاتصال للمُدرس أو المُدرسة.

وهذه هي أهم الفروق الحيوية التي توجد بين الاتصال المباشر الشخصي وبين الاتصال الجماهيري العام(٩).

أما عن عناصر الاتصال المباشر في العملية التعليمية والتربوية: فلقد عرفنا أن الاتصال المباشر هو الذي يقوم به المُدرس أو المُدرسة مع الطلاب أثناء العملية التعليمية ومن خلالها، ونتعرف الآن على عناصر هذا الاتصال المباشر، ونستعرضها من خلال ما يلي:(١٠)

أولاً: المرسل: وهو هنا المُدرس أو المُدرسة، وهو العنصر الرئيسي والأول من عناصر الاتصال، ولم لا..؟، إنه يملك المعلومات والحقائق والقدرات والاتجاهات والأسس التي يسعى لتعليمها للمُسْتَقْبِل، والمُرسل في الاتصال المباشر هو المُعلم الذي يقوم بشرح فكرة ما للتلاميذ، كما قد يكون هذا المُرسل هو تلميذ ما عندما يستأذن ويقف ليقوم بتوجيه السؤال أو مجموعة من الأسئلة للمُدرس. والمرسل يسعى لتوصل هدف معين يبدأ من خلاله عملية الاتصال وهو الدرس أو الموضوع الذي يحضره المُدرس حديداً ويدعمه بمجموعة من الأفكار والمعلومات والوسائل حتى يستطيع أن ينجح في عملية الاتصال.

وينبغي توافر العديد من الشروط في المرسل حتى يمكنه النجاح في عملية الاتصال مع الجمهور منها: أن يكون هدفه واضحاً ومحدداً بدقة، وأن يكون قادراً

على استخدام وسائل الاتصال المرتبطة بعمله، وأن يُحْسِن إعداد واستخدام وسائل الاتصال المختلفة، وأن يكون متمكناً من موضوع مادته العلمية، وأن يكون على معرفة كاملة بخصائص المستقبلين لرسالته ومن يتعامل معهم من حيث القدرة والمستوى والحالة النفسية، وأن يكون مُدركاً لتأثير رسالته على المُستقبلين، ويصوغها على شكل أفكار ورموز صالحة للفهم لدى الطلاب ٠

والمُدرس والمُدرسة هما المرسل الرئيسي في العملية التعليمية ولابد أن يتهيئوا للإرسال بالاستعداد الجيد وبالقراءة المتعمقة وبتفحص الموضوع وبتجهيز الوسائل الإيضاحية وبالقدرة على الإبداع والابتكار لأن فاقد الشيء لا يعطيه !!.

ثانياً: المُستقبِل: وهو الشخص أو الجماعة التي يوجه إليها المرسل رسالته المرغوبة، وهم في الصف الدراسي التلاميذ الذين يجلسون ينصتون لشرح مُدرسيهم، ولابد لمستقبل الرسالة الاتصالية أن تكون له القدرة على فك رموز الرسالة الموجهة إليه ويفسر معناها أي يعبر شكلياً عما فهمه، ويستجيب لهذه الرسالة، وطبعاً المستقبلين في الإعلان الجماهيري هم الجماهير العريضة التي تستمع وتشاهد أو تقرأ الوسيلة الاتصالية.

ولابد أن تتوافر شروط عديدة حتى يتمكن المستقبل من استقبال رسالة المرسل إليه وهي: أن يشعر المستقبل بأهمية الرسالة الموجهة إليه، ويستشعر قيمتها، ويحرص على الاستفادة منها، وأن يكون إيجابياً متجاوباً في التعامل معها، وأن يكون مستعداً لاستقبالها متهيئاً لتلقيها، والمُدرس الجديد هو الذي يوفر لطلابه الشكل والأسلوب والمكان الذي يجعل طلابه على شوق لتلقي الدرس والرسالة التعليمية الاتصالية من مُدرسهم.

ثالثاً: الرسالة: هي محور العلمية الاتصالية، فهي المضمون الذي يقوم المرسل بإرساله إلى المستقبل، وهي مجموعة المعلومات والأفكار والحقائق والمفاهيم والقيم والعادات والتقاليد التي يسعى المرسل إلى إشراك المستقبلين فيها

وإكسابهم إياها. والرسالة في العملية التعليمية، هي موضوع الدرس أو المناقشة أو المادة العلمية التي يقدمها المدرس لتلاميذه، ولابد أن تكون مادة مشوقة غير منفرة للتلاميذ، وأن تساير المجتمع الذي يعمل فيه المرسل ويعيش فيه المستقبل، وأن تكون ملائمة للوقت المحدد لها وللجمهور المقدمة له من حيث العُمر الزمني والتوقيت المناسب لتلقيها، وأن تكون الرموز المستخدمة في الرسالة واضحة ومفهومة للطلاب، وأن تكون متوافقة مع روح العصر وخالية من التعقيد والمبالغة، وأن تكون جاذبة لانتباه الجمهور مثيرة لتفكيرهم وتجعل التلاميذ يندمجون معها وأن تقدم في أسلوب مرتب ومسلسل بطريقة سهلة منطقية، وأن يسهل فهمها على الطلاب ويستطيعون مناقشتها.

رابعاً: الاستجابة (رد الفعل أو رجع الصدى): وهو مدى استجابة المُستقبِل وتجاوبه مع الرسالة ومدى تأثيره بها وتقبله لها، وتكون الاستجابة منطقية طبقاً لطريقة المرسل ونوع الرسالة، وأيضاً طبقاً لطريقة تقديم الرسالة الاتصالية، التي تعتبر الطريق التي تنتقل بها الرسالة إلى المستقبل، والتي تتناسب مع قدرات المستقبل وتكون اقتصادية ومشوقة وجذابة.

والاستجابة من جانب الطلاب تتمثل في توضيح بعض النقاط التي لم يفهموها جيداً ولم يستوعبوها تماماً، وكذلك نعطيه الأسئلة والاستفسارات حول بعض ما جاء بالرسالة من معاني وكلمات وموضوعات، وكلما زاد رجع الصدى كلما كان تأثير المرسل قوياً، وكلما زادت الأسئلة والاستفسارات كلما دل ذلك على ارتباط المستقبل بالمرسل وتشويق الرسالة الاتصالية ذاتها، ورجع الصدى نفسه يعتبر رسالة جديدة، يمكن أن يستغلها المرسل الأول الذي أصبح بمثابة مستقبل لها، فيقوم بفك رموزها ويقوم بعمل رسالته التالية على أساسها، وهكذا تكتمل الدورة الاتصالية.

وهذه العناصر هامة جداً بالنسبة للمدرس أو المدرسة، لأن التعليم ما هو إلا عملية اتصالية بين الطلاب ومدرسهم، وأن العلمية التعليمية في جوهرها علمية اتصال مباشر موجه بين المدرس والطلاب وفق موضوعات معينة، وتساعد هذه العوامل الاتصالية والعناصر على الثقة والتواصل بين المدرسين والطلاب مما يساعد على نجاح العملية التعليمية والدورة الاتصالية وبالتالي يساعد على نجاح الطلاب وتنمية مواهبهم واستثارة مداركهم وبداية لإبداعهم وابتكارهم.

٢ ــ عوامل نجاح الاتصال المباشر في العملية التربوية:

الاتصال المباشر له أهمية قصوى في المجتمعات التقليدية والمجتمعات النامية مثل مصر والعالم العربي، فالمعلومات والآراء والاتجاهات المختلفة تنتقل عن طريق الاتصال المباشر الذي تتحدد خصائصه بأنه لا ينفصل عن البيئة التي ينبع منها بشكل عام. فعملية الاتصال المباشر ليست مستقلة عن العلاقات الاجتماعية أو عن مضمون الإعلام، وحيث أن عملية الاتصال متصلة اتصالاً وثيقاً بكيان المجتمع فإن مركز القائم بالاتصال الذي يعطي المعلومات يؤثر مباشرة في الطريقة التي يُقَيّم بها ويفسر من خلالها الجمهور هذه المعلومات، ويؤثر في الطريقة التي يستجيب بها الجمهور على تلك المعلومات(١١)، ومن عوامل نجاح الاتصال:

أولاً: الفهم الصحيح لوظيفة الإعلام والاتصال: فوظيفة الإعلام والاتصال هي تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يُعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم، فالاتصال لا يقدم إلا حقائق مجردة، قد تكون على مستوى اهتمام المستقبل وقد لا

تكون كذلك. فالإعلام لابد وأن يقوم على الوضوح والصراحة ودقة الأخبار مع ذكر مصادرها، كما يجب أن يلتزم بمعايير الصدق والأمانة، كذلك من المفروض أن يقوم الإعلام على التنوير والتثقيف والمعلومات الصادقة المتدفقة التي تنساب إلى عقول الناس، هادفة من ورائها إلى الرفع من مستواهم وأيضاً تنشد تعاونهم من أجل المصلحة العامة (١٢).

ولذا، فالفهم الصحيح لوظيفة الإعلام والاتصال هام جداً من أجل نجاحه، لأن الإعلام ما هو إلا طريق هام من طرق مخاطبة العقول لا الضمائر ويستخدم أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي للوصول إلى أهدافه.

ثانياً: إدراك صعوبات الاتصال: وللاتصال صعوبات عديدة لابد للمرسل بالذات أن يدركها ويتغلب عليها من أجل الوصول إلى نتيجة سليمة وقوية للاتصال، ولابد للمدرس أن يكون على وعي كامل بهذه الصعوبات حتى يمكن نجاح عملية الاتصال من خلال التعليم، وهذه الصعوبات بالنسبة للمدرس وبالنسبة للمرسل تتمثل هذه الصعوبات فيما يلي:(١٣)

ــ تجاهل الفروق الفردية بين المستقبلين..

ــ وتجاهل الخبرة السابقة المتنوعة..

ــ والتعصب لبعض مواقف الرسالة الإعلامية..

ــ والتوقعات غير المنتظرة.

ــ ولابد في الوقت نفسه للمدرس أن يعمل على تجاوز الصعوبات بحسن طريقة الإرسال للرسالة التعليمية، ومراعاة مشاعر الطلبة والطالبات، والإدراك الكامل لمحتوى الرسالة، وحسن مهارة صُنع الرسالة الاتصالية، وحسن استقبال الطلاب للمعلومات، واستثارة السلوك الاتصالي لدى الطلاب من خلال دوافع: الاعتماد لحاجة الفرد إلى مساعدة الآخرين لإشباع الحاجات، والامتياز والتفوق، الصداقة والمحبة والود، وتحقيق الذات، كما يجب على المدرس أن يراعي الجو

الاجتماعي أثناء الاتصال وأن يراعي اتجاهات الطلاب الذين يقوم بالتدريس لهم، وكذلك يمكن تقسيم الجماعات الكبيرة إلى جماعات صغيرة لسهولة الاتصال وتجنب تسلل الإحباط (بشتى أنواعه) لنفوس الطلاب.

ثالثاً: تبادل الأدوار: لابد أن يتبادل كل من المرسل والمستقبل (المدرس والطلاب) للأدوار، فلا يمكن أن يكون المعلم مرسلاً طول الوقت والتلميذ مستقبلاً خلال الحصة الدراسية، لأن ذلك يؤدي إلى الملل والكسل والسلبية، فالمعلم الناجح هو الذي يتيح الفرص لتلاميذه ليتولوا دور المرسل ويتولى هو دور المستقبل، مما يؤدي إلى مشاركة وإيجابية للتلاميذ، فضلاً عن التخفيف من أعباء المعلم، وأن يكون لدى المدرس وطلابه مجموعة من الاتجاهات الإيجابية مثل(١٤): الثقة بالنفس، والاقتناع التام من المدرس لبلوغ الأهداف المنشودة، وتبادل الثقة بين المدرس والطلاب بمجموعة من المثيرات مثل مساعدة الطلاب في حل مشاكلهم وحثهم على التعبير الحر عن آرائهم ومحاولة تعديل سلوكهم أو ميولهم أو نشاطهم، ومحاولة جذبهم للمشاركة في الأنشطة المدرسية.

رابعاً: التنوع في الوسائل المساعدة المستخدمة: فوسائل الاتصال هامة جداً في التشويق وفي الإيضاح، ويمكن للمدرس أن يراعي التنوع في هذه الوسائل، حتى في الحصة الواحدة، لأن هذا التنوع يؤدي إلى تعميق عملية الفهم والاستيعاب، خصوصاً وأن هناك فروقاً فردية بين تلاميذ الصف الواحد، وهذا الشرح عن طريق وسائل الإيضاح (وهي وسائل إعلامية تعليمية) تهيئ الفرصة الطيبة للطلاب للتواصل مع المدرس، كل حسب قدرته، مما يساعد على نجاح عملية الاتصال ويؤدي إلى التفوق وبناء الشخصيات السوية للطلاب. كما أن هذا التنوع يساعد على بروز الاتجاهات الإيجابية لدى الطلاب، وينمي قدراتهم المختلفة سواء أكانت قدرات استيعابية أو إبداعية أو ابتكارية، كما يدفعهم إلى المشاركة الإيجابية في مختلف الأنشطة والمجالات.

خامساً: الروح الإبتكارية: ومن عوامل نجاح عملية الاتصال داخل الصف الدراسي تبرز تنمية الروح الإبتكارية لدى الطلاب، والمساعدة على تنمية هذه الروح يكون عن طريق وسائل مساعدة عديدة منها:(١٥) الكتابة على وسائل غير تقليدية تبرز للطفل جماليات وروح جديدة للنص، مثل الكتابة على الأحجار والبلور والورق البردي والقماش وغيرها من الورق الملون والورق المصقول، وكذلك استخدام الصحف والطباعة والكتب والرسائل كوسائل إيضاح، وكذلك استخدام الراديو والتليفزيون والإنترنت والكمبيوتر والأقمار الصناعية والفيديو كونفرانس في الاتصال والتفاعل والسرعة في نقل الرسائل وربط الوسائل الاتصالية بمراكز المعلومات المتقدمة، واستخدام الكمبيوتر في إنتاج الوسائل التعليمية، وزيادة قنوات الاتصال وتعددها، وتجنب الصعوبات والشوشرة والضوضاء، وإتاحة التخصص الدقيق للمدرس يساعد على إنجاح عملية الاتصال، وكذا التخصص الدقيق للمدرس يساعد في إنجاح توصيل المحتوى المناسب للمنهج الابتكاري واتجاهاته، وتوزيع نقاط ابتكاريه للطلاب.

٣ ــ أهداف المهارات الاتصالية في العلمية التعليمية:

المدرسة كمؤسسة رسمية لها نظام معين في الاتصال، وينبع هذا الاتصال من المدرسة والدور التربوي لها وللعملية التعليمية ككل، فالتربية عبارة عن نظام، والسلوك الإنساني الهادف نظام، والاتصال كسلوك موجه نظام يتكون من سلسلة من العوامل والعمليات التي ترتبط معاً بعلاقات بنائية ووظيفة، وهي عملية مؤدية النهاية إلى تحقيق غرض إنساني أو تربوي مقصود.

وإذا كان الاتصال في العملية التربوية والتعليمية له أهداف عديدة نذكر منها: إشباع الحاجات، ونقل وتوصيل المعلومات للطلاب، ومحاولة التأثير في آراء

الطلاب وتنظيمها للأصلح، والاتصال لنقل المعلومات عبر وسائل متعددة تحتويها عناصر الإيضاح من رسوم خطية ورسوم مصورة ولغة لفظية ولغة لفظية مع الرسوم أو الصور وصور ناطقة مع الرسوم، سواء أكانت ثابتة أو متحركة.

فدور المعلم في التعامل لا يمكن أن يظل مقتصراً على طلابه ولكن ينتشر عبر النشاطات المدرسية إلى مجتمع المدرسة كله، ولذلك فإن هناك عدة أهداف تربوية عامة ينبغي أن يعيها ويحفظها وينفذها كل مُدرس أو مُدرسة في المدرسة من أجل نجاح الاتصال داخلها ومن هذه الأهداف التربوية للاتصال:(١٦)

ـ خلق قاعدة من المعلومات لمستويات العاملين في المدرسة.

ـ فهم نظام العمل في المدرسة.

ـ تيسير العلاقات الاجتماعية المرغوبة في المدرسة.

كما أن المؤسسة التربوية ذاتها تضع نظاماً خاصاً للاتصال داخلها وخارجها، ولهذا النظام أهمية كاملة من حيث الأبعاد التربوية ويتكون من عدة عناصر:

ـ معرفة كل العاملين في المدرسة بطبيعة الأشياء التي تؤثر على عملهم.

ـ شرح سياسات العمل العامة أو الأساليب التي تنتهجها المدرسة لإتمام عمل معين، لتكون واضحة أمام الجميع.

ـ التعرف على المشكلات المختلفة في البيئة المدرسية وحلول هذه المشاكل على المستوى الرسمي وعلى المستوى الطلابي.

ـ معرفة حدود الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي للمدرسة.

ـ تأكد مدراء ونظار المدرس من انتشار الاتصال المباشر في جميع أنحاء المدرسة وبين جميع العاملين بها.

ـ أن يسهم الاتصال المباشر في معاونة العاملين في المدرسة على تجديد وإجادة خطط أعمالهم من أجل تحقيق أعلى فاعلية ممكنة للمدرسة.

ولما كانت هذه عناصر الاتصال الرسمي للمدرسة، فإن هناك مكونات للاتصال التربوي يعتمد على توافر العناصر التالية:

ــ التدريس وأهداف الاتصال التربوي.

ــ المعلمون والمعلمات بصفتهم المرسل للرسالة الاتصالية.

ــ محتوى المنهج الدراسي بما فيه من خبرات ومعارف ومعلومات وقيم، وبصفته الرسالة الاتصالية التربوية.

ــ الوسائط التعليمية كوسيلة اتصال تربوية تحقق فوائد عديدة ومتنوعة.

ــ الرد العكسي "Feed Back" التي تؤكد فعالية الاتصال.

ــ الدور الحيوي للتلاميذ في إنجاح منظومة الاتصال في المدرسة عن طريق الصحافة المدرسية والإذاعة المدرسية.

ولتحديد تكامل أهداف المهارات الاتصالية، لابد من الوصول إلى معرفة عوائق الاتصال التربوي داخل الصف الدراسي والذي يحول دون الاستفادة الكاملة من المدرس بصفته مرسل ولا يحقق الغرض الكامل من العملية التعليمية للطالب بصفته مستقبل، وخاصة أمام أهمية وضوح الرسالة التربوية التعليمية الاتصالية وخصوصاً وأن الهدف الأساسي هو تنمية روح الإبداع والابتكار لدى الطلاب...

وتتمثل عوائق تحقق الاتصال الفعال داخل حجرات الدراسة فيما يلي:(١٧)

١- الاعتماد على الناحية اللفظية والإغراق فيها يعد عائقاً يقلل من جودة الاتصال في الفصل الدراسي، كما يقلل من كفاية التعلم الناتج وفعاليته.

٢- حدوث خلط في الفهم نتيجة اختلاف الخبرة، وهذا الخلط في المعنى والاختلاف في الفهم النفسي للعبارات ينشأ كلما ازداد تجريد الفكرة أو المعنى الذي يعبر عنه المعلم لفظياً، وكلما ازداد بُعد الفكرة عن خبرات التلاميذ، وأيضاً

عندما يقل التشابه بين المعنى الذي يقصده المعلم والمعنى الذي يصل إلى التلاميذ.

٣- شرود ذهن المتعلم وإغراقه في أحلام اليقظة التي تُحدث عند عدم جذب المعلم انتباه المتعلم، وتعذر الفهم السليم عليه، مما يدفعه إلى العكوف على خبراته الخاصة واهتماماته الشخصية التي يميل إليها.

٤- عدم إدراك المتعلمين الكامل لبعض المواقف التعليمية مما يؤثر في كفاية الاتصال والفهم، وهذا راجع إلى قلة تدريبهم وخبرتهم في تحقيق أقصى تعلم فعال عن طريق استخدام الوسائل التعليمية السمعية والبصرية، ولذا فإن التدريب المناسب باستخدام الوسائل السمعية والبصرية يمكن أن يزيد من القدرات العقلية للمتعلمين الذين تتوافر لديهم قوة بصرية وسمعية عادية، وينتج عن ذلك مضاعفة كمية التعلم والفهم كما يلاحظه المتعلمون، ويستمعون إليه.

٥- ضعف الدافعية لدى المتعلم يعوق الاتصال الفعال داخل الفصل الدراسي، حيث إن المتعلم لا يهتم بالنشاط التعليمي، ولعل ذلك راجع إلى قلة تنوع الوسائل التعليمية المستخدمة في الفصل الدراسي، ومن هنا فإن المعلم الناجح هو الذي يفكر أثناء تخطيط خبرات التعلم وإعداده لدروسه اليومية في أن يستخدم في تدريسه وسائل مختلفة كالأفلام أو التسجيلات الصوتية، أو الصور المكبرة أو النماذج أو العينات أو اللوحات أو الخرائط، وذلك بهدف تحقيق أكبر قدر من المعنى والفهم والتعلم الفعال لمتعلميه.

٦- الظروف الفيزيقية مثل المقاعد غير المريحة، والإضافة الضعيفة، وسوء التهوية، ورداءة الصوت، والأعداد الكبيرة والضخمة التي يكتظ بها الفصل الدراسي.

الهوامش

١ ــ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، ١٩٨٥م، ص٤٤.

٢ ــ إسماعيل عبد الفتاح، موسوعة المصطلحات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م، صفحات متعددة.

٣ ــ إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، القاهرة، الأنجلو، ١٩٦٩، ص ٢٦.

٤ ــ أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، مرجع سابق، ص٤٧.

٥ ــ حسن مكاوي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١، ط٢، ص ٢٣ــ٢٤.

٦ ــ راجع: إسماعيل عبد الفتاح، الابتكار وتنميته لدى أطفالنا، القاهرة، مكتبة الأسرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٦م، الفصل السابع.

٧ ــ منى أحمد محمود، الاتصال المباشر في خدمة قضايا التنمية، القاهرة، مجلة النيل، الهيئة العامة للاستعلامات، العدد ٧٥، ٢٠٠٠م، ص٤٥.

٨ ــ إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص٣١-٣٢.

٩ ــ حسن مكاوي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق، ص٣٤-٣٥، وأيضاً: إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص٣١-٣٢.

١٠ ــ إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص٣٣-٣٤، وأيضاً مصطفى عبد السميع محمد وآخرين، الاتصال والوسائل التعليمية: قراءة أساسية للطالب والمعلم، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ٢٠٠١م، ص ٣٠-٣٢.

١١ ــ جيهان أحمد رشتي، نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، القاهرة، دار الفكر العربي، بدون تاريخ ، ص ٢٨.

١٢ ــ إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، مرجع سابق، ص١٢-١٣.

١٣ ــ إبراهيم حسن محمد، الوسائل التنفيذية لتكنولوجيا التعليم والإعلام، القاهرة، بدون جهة نشر، ١٩٩٥م، ص ٢٩.

١٤ ــ مصطفى عبد السميع محمد وآخرين، الاتصال والوسائل التعليمية: قراءة أساسية للطالب والمعلم، القاهرة ، مرجع سابق، ص٣٤-٣٥.

١٥ ــ إبراهيم حسن محمد، الوسائل التنفيذية، مرجع سابق، ص٣٠.

١٦ ــ مصطفى عبد السميع محمد وآخرين، الاتصال والوسائل التعليمية: قراءة أساسية للطالب والمعلم، مرجع سابق، ص٣٦-٣٧.

١٧ ــ المرجع السابق، ص٤٢.

ميادين الاتصال التربوي المدرسي

الاتصال التربوي المدرسي، جزء هام من عملية الاتصال، وهو من أهم المضامين المنقولة من مصدر إلي متلقي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، فالرسالة الإعلامية سواء كانت اتصالية ــ مباشرة أو جماهيرية ــ أو ثقافية، وسواء أكانت صحفية أو تليفزيونية أو سينمائية أو قصصية أو مسرحية لابد أن يكون لها مضموناً تربويا يُلبي وظيفة الحق في المعرفة وهو الحق الذي كفلتة جميع المواثيق العالمية(١).

ويقصد بالرسالة التربوية تلك المضامين المنقولة من مصدر إلى متلقي عبر وسائل الاتصال الجماهيرية، والهدف التربوي قد لا يكون مقصودا في حد ذاته إلا في بعض البرامج والأبواب الثابتة، أما دون ذلك فالرسالة تعد بهدف تلبية الحق في المعرفة وهو الهدف الذي كفلتة جميع مواثيق الشرف الإعلامية وحقوق الإنسان. فالهدف الأول للتربية والتعليم هو نقل تراث الأمة الاجتماعي من جيل إلى آخر، والعمل على تكوين شخصية المواطن، أي تكوينه من حيث الخلق ومن حيث الذوق الخ، وتوسيع مدارك الفرد من أهداف التربية أيضاً، والإعلام يقوم بهذه المهام أيضاً حسب النظريات الإعلامية الحديثة، ومن هنا يبدو التقارب الشديد في المضمون والهدف بين الإعلام والتربية (٢).

كما أن أهداف وسائل الاتصال الجماهيري هي أهداف اتصالية تتضمن بُعدا تربويا بلا شك، فعندما تقدم وسائل الاتصال الجماهيري تغطية إعلامية عن مجرم خطير فإن الهدف الأساسي هو الإخبار بالحقيقة وبيان كفاءة جهاز الشرطة وبث الطمأنينة في نفوس المواطنين وتحقيق جانب الردع لمن تسول له نفسه ارتكاب

نفس الجريمة.فالتربية غالباً ما تدعوا إلى ازدراء الجريمة وفاعلها وعدم التعاطف مع الضحية وتدعو أيضاً إلى نبذ القيم السلبية التي تبناها المجرم وما يدعو أيضاً إلى احترام النظام الاجتماعي والقيم الاجتماعية السائدة والأعراف والتقاليد التي تقوم علي نبذ الجريمة بكافة أشكالها، وهكذا يتعرض المضمون الاتصالي لمضامين تربوية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة(٣).

وتتعدد الميادين والمنطلقات والمجالات التي ينطلق منها الاتصال التربوي المدرسي ومن أهمها ما يلي (٤):

١ــ الألعاب المدرسية:

يمكن للألعاب المدرسية التركيبية أو التمثيلية أو الحركية أن تكون مصدراً جيداً للإعلام التربوي في مدارس التعليم العام بالمفاهيم الصحيحة حول الألعاب، وأساليب أدائها، والأهداف الكامنة خلفها، وفهم القيم والمثل العليا المرتبطة بها، وتعزيز مبدأ التنافس الشريف، وحسن تقدير أداء الآخر أو الآخرين، وأهمية الإعداد والتعبئة المسبقة، والانضباط والمثابرة والصبر والتحمل، والإنجازية.

وإلى جانب ذلك فإن الألعاب المدرسية تطور التراكيب اللغوية والتعبيرات الدقيقة عند الطلاب، وتمكنهم من الإبداع في المهارات الأساسية، ومهارات الانتباه السريع والبديهة وتوزيع الانتباه، والمهارات الاجتماعية التواصلية، وتعزيز مفاهيم الصحة العامة والصحة البدنية والعناية بالبدن وتجنب الإصابات والأمراض، وتمكين الطالب من النضج الاجتماعي والاتزان العاطفي والتخلص من مشكلات الأنانية والتسلطية وضيق الأفق والعزلة عن الجماعة، كما أن التربية الإعلامية المدرسية تحقق العديد من الأهداف التربوية الثقافية عبر اللعب كمعرفة طبيعة الألعاب ومخترعيها ومصانعها ومستوى جودتها وأخطارها وأضرارها ومزاياها وعيوبها..

٢ــ الفنون المدرسية:

تغطي الفنون المدرسية مساحة كبيرة من الأنشطة الطلابية كالرسم والزخرفة والنحت والأشغال اليدوية والفنون التمثيلية والمسرحية والأناشيد والأغاني والأهازيج التربوية، ومتاحف الطلاب، ومعارض الإنتاج الطلابي، والحفلات والمهرجانات المدرسية وغيرها، وجميع هذه الفنون يمكن أن تحقق أهداف التربية الإعلامية المدرسية بشكل مكثف وسريع، كما أن أثر تعلم هذه الفنون في المدرسة يظل باقياً في نفس الطالب أو الطالبة لمدد طويلة ومدعاة لمفاخر كثيرة في حياته كلها.

فهناك أنواع عديدة من الفنون منها: الرسوم والأشغال الفنية والتمثيليات والمسرحيات والمعارض والمتاحف التاريخية والعسكرية والمعمارية والعلمية والطبيعية والفنية، ومعارض الهوايات ومعارض المناسبات الدينية والوطنية ومعرض الكتاب والمعارض التربوية التي يمكن أن يستفيد منها الطلبة (٥).

وتساعد الفنون المدرسية في تنمية الإدراك، والارتقاء بالذوق والارتباط بالحياة الواقعية، وزرع الثقة في الطالب وإنجازاته ومكتسباته، وتوسيع دائرة الطالب أو الطالبة المعرفية والثقافية واستخدام التقنيات المتنوعة في التقديم والعرض، واكتساب مهارات النقد والتقويم وإعداد التقارير، والمهارات القيادية والتشاركية وإنجاز القرار، وزيادة الانتماء المحلي والإنساني العالمي، والمنافسة مع الآخرين، وتشجيع الطلبة على الأنشطة الإبداعية والإبتكارية، وتعديل الاتجاهات، أو إعادة تكوينها حول الناس والأشياء، ومعرفة الآخر وسبل التفاعل معه، وحسن الاستمتاع بالحياة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الفنون المدرسية يمكن أن تتم جميعها داخل المدارس ويمكن أن تتم خارجها، وفي كلتا الحالتين فإن الطلبة يتمكنون من

الاستفادة منها في إطار التربية الإعلامية المدرسية، كما إن توفير أنشطة الفنون المدرسية بطريقة متنوعة يساعد الطلاب على اختلاف نزعاتهم واهتماماتهم في اختيار ما يعبر عن احتياجاتهم فتكون فرص التربية الإعلامية الناجحة كبيرة داخل المدارس.

٣ــ المعارض الصحفية(٦):

المعارض الصحفية: مكان يعرض فيه الإنتاج الصحفي المدرسي المتنوع الخاص بالاحتفال بمناسبة دينية أو قومية أو اجتماعية أو احتفالا بنهاية العام الدراسي أو مشاركة في المعارض التي تقيمها كل من الإدارة التعليمية و المديرية، أو اشتراكا في مسابقة المعارض على مستوى الجمهورية.

ــ أنواع المعارض:

١ــ معارض مناسبات: كتلك التي تقيمها المدارس في مناسبات متنوعة، وعلى سبيل المثال لا الحصر (عيد النصر – العيد القومي للطفولة – عيد الثورة – عيد الطيران – عيد الشرطة - الهجرة النبوية الشريفة – مولد الرسول صلى الله عليه وسلم) وغير ذلك من المناسبات الدينية و القومية والاجتماعية.

وفى كل هذه المعارض نلاحظ أن الموضوعات تتناول المناسبة التي أُقيم من أجلها هذا المعرض بالشرح و التحليل والتفصيل وذلك من خلال الإنتاج الصحفي المعروض، وذلك باستخدام القوالب والفنون الصحفية المُنوعة، هذا بالإضافة إلى الإنتاج المسموع الخاص بهذه المناسبة.

٢ــ معارض الإدارات والمديريات: وتتنوع الموضوعات التي يتناوله الإنتاج الصحفي فتشمل الخبر والتحقيق والحديث والمقال والتصوير والكاريكاتير والموضوعات ذات الطابع السياسي القومي والديني والاجتماعي وغير ذلك من مختلف الموضوعات، هذا بالإضافة إلى الإنتاج الإعلا مي المسموع المنوع.

أهدافها:

١ــ تبادل الخبرات الصحفية و الفنية بين طلاب المراحل التعليمية المختلفة.

٢ــ بث روح المنافسة بين الطلاب.

٣ــ وسيلة من وسائل تربية الذوق و الحس و الجمال.

٤ــ دعم الصلات بين أُسر التحرير بالمدارس فينبنى العمل على أساس من الصداقة والإخاء.

٥ــ وسيلة من وسائل الكشف عن الموهوبين.

٦ــ ميدان فسيح لعرض مشكلات البيئة أمام المسئولين و إتاحة الفرصة للمساهمة فى حلها.

٧ــ تسجيل الانتصارات التي أحرزناها في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والعسكرية والاجتماعية بطريقة مبسطه و سهلة.

٨ــ توجيه الطاقات و الإمكانات نحو الإنتاج المثمر والعمل الخلاق.

٩ــ الدراسة العملية لفنون الصحافة المدرسية والصحافة العامة.

١٠ــ التعريف بالشخصيات البارزة فى عالم الصحافة والفكر كوسيلة من وسائل تنمية المواهب الصحفية لدى الطلاب.

١١ــ مرآة صافية تنعكس عليها بوضوح مجالات النشاط المدرسي (الثقافية والعلمية والفكرية والفنية و الرياضية).

١٢ــ مجال للمشاركة الإيجابية في المناسبات الدينية والقومية والاجتماعية، بالتعبير بالكلمة والصورة والرسم.

١٣ــ وسيلة من وسائل تنمية الشخصية والاعتزاز بالنفس دون مباهاة أو غرور، وذلك بعرض ما ينتجه الطالب.

ــ وفى الجملة، فإن المعارض الصحفية تقضى على الفردية والسلبية والانعزالية، ويتجلى ذلك فى إشراك جميع المراحل التعليمية في المعارض التي تقام على مستوى المديرية أو الإدارة التعليمية.

ــ الشروط الواجب توافرها لإقامة المعرض:

١ــ أن يكون المكان فسيحا يتسع لجميع الأعمال التي يُراد عرضها.

٢ــ أن يكون حَسِن الإضاءة صحي التهوية.

٣ــ أن يكون موقع المعرض سهل الوصول إليه معروفا للجميع.

٤ــ تحديد الهدف المُقام من أجله المعرض.

٥ــ أن يُقَسَّم المعرض حسب المراحل التعليمية (مدرسة – إدارة – مديرية – وزارة).

٦ــ أن يتم عرض الإنتاج الصحفي بطريقة فنية جذابة تشد الزائر وأن تكون المعروضات فى مستوى نظره مما يسهل عليه الاطلاع و القراءة في سهولة و يسر.

٧ــ إصدار دليل واف واضح يسترشد به الزائر (دليل المعرض).

بيان المعروضات:

١ــ بالنسبة لمعارض المناسبات: يتم عرض ما أنتجته المدرسة خاص بهذه المناسبة التي يُراد الاحتفال بها.

٢ــ بالنسبة للمعارض التي تقام في نهاية العام الدراسي سواء بالمدرسة أو على مستوى الإدارة أو المديرية التعليمية:

(أ) يجب أن يضم المعرض جميع أنواع الصحف والمجلات سواء كانت للفصول أو المدرسة أو خدمة المنهج الدراسي أو صحف مناسبات أو صحف جماعات الأنشطة المدرسية الأخرى وصحف الحي وخدمة البيئة .....الخ..

هذا بالإضافة إلى المجلات المصورة والمطبوعة والطائرة، بالإضافة إلى التحقيقات والأحاديث والمقالات والقصص والصور الصحفية والكاريكاتير.

(ب) أن يضم الأشرطة المتميزة الخاصة بالإذاعات الصباحية لبعض المدارس، وكذلك الأحاديث والتحقيقات الصحفية المسجلة المتنوعة.

(ج) أن تتناول المعروضات أفضل الموضوعات المتصلة بالمدرسة والبيئة وتعالج أهم مشاكلها، بالإضافة إلى الأحداث الجارية.

(د) أن تكون جميع المعروضات من أعمال الطلاب أنفسهم وليس للمشرفين والأخصائيين دور فيها إلا التوجيه.

(هـ)أن يخصص فيه ركن لأعمال الطلاب ذوي الاحتياجات الخاصة، حتى يبرز مدى مساهمة الصحافة المدرسية في العمل على تقدمهم الدراسي.

(و) يراعى أن يضم المعرض بعض التجارب الناجحة التي قد تفيد في هذا المجال وذلك من حيث الإخراج كالمجسمات.

ـ دور الطلاب في إقامة المعارض:

١ـ طبع تذكرة الدعوة وتوزيعها قبل الافتتاح بوقت كاف.

٢ـ إعداد دليل المعرض.

٣ـ الشرح و مناقشة الزوار في المشكلات المعروضة بالصحف و أخذ رأي المسئولين في حلها.

٤ـ تنظيم الندوات التي تعقد عقب افتتاح المعارض لتبادل الآراء وتوزيع الجوائز و الحوافز على الطلبة و المشرفين.

٤ـ المجلة الطائرة (الصحف الطائرة)

هي عبارة عن كراس أو كشكول يتم توزيعه على طلاب الفصل أو المدرسة حيث يتولى كل طالب التعبير عما يدور برأسه من أفكار أو موضوعات من خلال

الكتابة أو الرسم وهى تساعد على انتقال المعلومات بين الطلاب بالتمرير حيث يقوم الطالب بقراءة ما كتبه زميله، كما أنها تساعد الطلبة الذين لا يستطيعون الوقوف أمام الميكروفون، وكذا التحدث في برامج الإذاعة على التعبير عن آرائهم بكل حرية ويُفضل أن يختار الطالب هذه المجلة للتعبير عن رأيه دون ضغوط أو رهبة.

ويُفضل أن يختار الفصل اسم دائم للمجلة مثلا (الشروق – الراية – الضياء – العلم – حكايات ......الخ)

ويفضل أن يكون لها أيضاً شعاراً من أجل تعود الطلبة على ثبات أسماء المجلات و شعاراتها..

وحبذا لو تطابق اسم المجلة الطائرة و شعارها للفصل مع اسم مجلة الفصل و شعارها.

ومن خلال المجلة الطائرة نستطيع أن نمارس جميع الفنون الصحفية (مقال – خبر – ريبورتاج – حديث كاريكاتير – تحقيق – قصة قصيرة – ...الخ).

مع مراعاة الالتزام بالمعايير الفنية لكل فن من هذه الفنون، وسوف نعرض أيضاً هنا العديد من مختلف المجلات الطائرة المتميزة.

تنقسم المجلة إلى نوعين هما:

(١) مجلة فصل.

(٢) مجلة صف.

٥ -المسرح:

وهو على أنواع منها المسرح العام المحترف الذي يؤسس على مستوى المنطقة أوالمدينة ويهدف إلى الربح وهناك مسارح عامة تشرف عليها مؤسسات ثقافية ولكن يشترط في مثل هذه المسارح أن يكون فيها ممثلون محترفون. ثم

المسرح المدرسي وهو الخاص بمدرسة أو جامعة، أو كلية، أو معهد ويكون جمهورها من الأطفال وأولياء أمورهم ويأتي بعد ذلك مسرح الفصل الذي يكون فيه العرض داخل الفصل الدراسي وتتم فيه مسرحة الدروس بكل أنواعها وأبطاله وجمهوره الطلبة والطالبات وأخيراً مسرح العرائس وهو على نوعين هما الجوانتي ويكون على مسرح دائم وماريوينت وهو مسرح محلي صغير أو متنقل داخل المدرسة، أو أندية الأطفال ويحقق المسرح للطفل أهداف سلوكية وتعليمية وثقافية.

٦ ـــ وسائل أخرى:

هناك جملة من المصادر الأخرى للتربية الإعلامية المدرسية لها دور كبير في تنمية الوعي الثقافي والتربوي والاجتماعي في المجتمع المدرسي أبرزها المكتبة المدرسية، واللقاءات المشتركة بين المعلمين والطلاب وبين الإدارة والطلاب، ولقاءات الآباء والأمهات، والمحاضرات العامة المدرسية سواء كان المشاركون فيها من داخل المدارس أم من خارجها، والأفلام التربوية والتثقيفية التي تعرض داخل المدارس، وشبكات المعلومات الموصولة بالمدارس، والرحلات الطلابية المدرسية إلى المواقع القريبة أو البعيدة عن المدارس، والأندية المدرسية الصيفية داخل البلاد أو خارجها، والوسائط الإعلامية المتاحة داخل المدارس من أشرطة فيديو وأشرطة ممغنطة أو اسطوانات مُدمجة ونشرات إعلامية مدرسية وكتب أو مجلات مدرسية، هذا إلى جانب الكتب الدراسية نفسها التي تنقل العديد من العناصر الثقافية الإعلامية. كما يعد المعلمون أو المعلمات المصدر الأكثر تأثيراً -عادة- في نقل عناصر التربية الإعلامية إيجاباً أو سلباً، وهم يمثلون المنهج الخفي الأقوى فاعلية في بعض الحالات على توصيل الرسائل الإعلامية إلى الطلاب. وللأندية المدرسية الطلابية دور كبير في إكساب الطلاب

العديد من المعارف والمهارات والاتجاهات حول الأمور المختلفة -جنباً إلى جنب- مع المساجد أو المصليات المدرسية.

٦ــ الإذاعة والتلفزيون والصحافة المدرسية:

تشكل كل من الإذاعة والصحافة المدرسية بؤرة مركزية تتجمع فيها آلاف الرسائل الإعلامية التي تحقق أهدافاً تربوية بالغة الأهمية، ويتوقف نجاح الإذاعة والصحافة المدرسية على حسن اختيار المادة الإعلامية وأسلوب تقديمها ومدى مناسبتها لمقتضى الحال، كما إن حداثة المادة الإعلامية، ومهارات مقدمها أو معدها يلعبان دوراً حيوياً في جعلها مقبولة من الآخرين(٧). وسنتحدث تفصيلياً عن دور كل من الصحافة المدرسية والإذاعة المدرسية:

أ ــ الصحافة المدرسية:

انطلاقاً من الدور التربوي الكبير الذي تلعبه الصحافة في تربية النشء، زاد الاهتمام بالصحافة المدرسية، سواء أكانت صحيفة عامة للمدرسة، أم صحف الحائط أم صحف الأسر المدرسية، وذلك يؤدي إلى تنمية مواهب واستعدادات الطلاب الصحفية. وتدريبهم على الصدق والأمانة والنزاهة والموضوعية وتغطية كافة المجالات الصحفية، كما اتجهت المؤسسات التربوية إلى تشجيع القراءة الحرة، ومناقشة بعض الموضوعات الصحفية لتدريب الطلاب على التمييز بين الغث والسمين في هذه الموضوعات. ومما يلاحظ في العالم العربي أننا في مسيس الحاجة إلى صحافة أطفال متخصصة، توفر لهم ما يشبع حب استطلاعهم في عالم الطفولة من خلال المادة الصحفية التي تلتزم بالمنهج الإسلامي، وتربط الأطفال بعقيدتهم، وتبعدهم عن مجالات التناقضات والصراعات الفكرية (٨).

والصحافة المدرسية تُمكن الطلبة في المدارس من اكتساب المهارات القيادية ومهارات الخطابة والإلقاء، ومهارات التحرير الصحفي، ومهارات إعداد

التحقيقات الصحفية وطرق ومصادر بيانات المعلومات وخواص إخراجها في قالب يحقق المراد منها.

وتؤدي الصحافة المدرسية دوراً عظيماً في تدريب الطلاب على القراءة النقدية الواعية ومهارة تفسير المعلومات، وعلى التعبير عن آرائهم وتنمية الصفات الخلقية والشخصية.

وسنخصص دراسة مستفيضة عن الصحافة المدرسية لأهميتها القصوى في العلاقة بين التربية والإعلام.

ب ـــ الإذاعة والتلفزيون:

إن تأثير الإذاعة تأثير بالغ الأهمية نظراً لخطورته في تشكيل العقول باستخدام وسائل الإقناع المباشرة وغير المباشرة، من خلال الحوار والإلقاء والمؤثرات الصوتية، خاصة وأن برامجها ترضي تجميع الأذواق، ومختلف المستويات الثقافية، كما أنها تتيح للنشء خبرات حقيقية غنية حية، ولم لا؟؟؟، فالإذاعة تضع نصب أعينها على بناء البشر كهدف أساسي لبناء الأمم، ولن يتم ذلك إلا بالدور التربوي التنشئوي الهام للإذاعة، نعم فالعمل الإذاعي يجب ألا يكون قواداً يقدم للجماهير ما تريده الجماهير ولكنه يجب أن يقدم لهم ما يربي عقولهم وأن يتسلل في رفق للعقول ليبني العقول العظيمة لكي يكون الوطن عظيما بعقول مواطنيه (٩).

فدور الإذاعة دور مهم ومباشر وهو يتمثل في أن ما تقدمه الإذاعة في إطار أداء رسالتها الإعلامية الشاملة لخدمة بناء وتكوين وتنمية الفرد كإنسان، وما تقدمه من أداء دورها لخدمة كافة مجالات التنمية، كل هذا من شأنه أن ينعكس تربويا على الفرد ويترجم لديه بالتزود بسلوك حضاري عصري مفيد له ولبيئته ولمجتمعه (١٠)، ودور الإذاعي التعليمي لا يقل عن دورها التربوي، لأن دور الإذاعة التعليمي هو دور مباشر يتمثل في إمكانياتها الفعالة كأقدر الوسائل

الإعلامية على تحمل العبء الأكبر من أداء وسائل الإعلام في المجتمعات النامية، حيث تغطي كل أنواع التعليم المدرسي ومراحله وتأخذ بتناول حي بعرض تسجيلات حية للدروس والحصص والمناهج، وتتناول بمختلف أشكال وأساليب العمل الإذاعي المشوقة والجذابة مثل استخدام الدراما الإذاعية في إذاعة المناهج بغرض تحبيب الطلبة في مناهجهم الدراسية.

وقد أصبحت الإذاعة المدرسية نشاطاً تعليمياً مكملاً للنشاط الصفي غير منفصل عن العمل المدرسي، واستخدمت استخداماً مباشراً في العملية التربوية التعليمية، وخصصت برامج إذاعية تعليمية تساير المناهج الدراسية، وتقدم خبرات تعليمية متنوعة، ويتطلب استخدام الإذاعة المدرسية بفعالية أن تتوافر الشروط المناسبة للاستماع الجيد في الصف، وإتاحة الفرصة للنقاش حول الموضوع الإذاعي، وصلته بالمقررات الدراسية، وحياة الطلاب (١١).

وتُمكن الإذاعة المدرسية والصحافة المدرسية من مواكبة الحدث، وإعطاء الطلاب فرص المشاركة في التحدث عنه وتقديم آرائهم حوله ونقده وتقويمه وربطه بجوانب متعددة من جوانب الحياة.

والتلفزيون هام جداً في التربية وفي التعليم، فالتعليم عن طريق التلفزيون يعتبر رمزاً لتقدم العصر الحديث، بل ويعتبر أيضاً أداة من الأدوات التي نستطيع بها مواجهة احتياجات العالم التقني الحديث، ولذا فإن رجال التعليم والتربية ــ المسئولين عن التلفزيون التعليمي ــ يقع على عاتقهم تنظيم عملية التعليم واستخدام التلفزيون كوسيلة هادفة، وكذلك المساعدة في إيصال الرسالة التعليمية للطالب ومشاركة الطالب بالفعل في هذه العملية التعليمية، ذلك أن قدرات التلفزيون التعليمي تتمثل فيما يلي (١٢):

ــ أن يمد جميع فئات المواطنين ببرامج عديدة متنوعة تلبي جميع الاحتياجات.

ـ أن يمد فئات المواطنين من الشباب والكبار الذين لم تتح لهم فرصة الالتحاق بالمدارس باحتياجاتهم التعليمية.

ـ أن يحسن الجوانب الكيفية في المناهج والمحتوى.

ـ أن يساعد في تدريب المعلمين أثناء الخدمة.

ـ أن يطور العمل في محو الأمية.

ـ أن يقوى العلاقة بين التعليم والمهنة من خلال البرامج التوجيهية.

ـ أن يساعد الفرد في تحسين أسلوب حياته، من خلال مده بالخبرات والجارب الناجحة وتزويد الفرد بما يحتاج إليه من مهارات ومعلومات واتجاهات تعينه على الارتقاء بنفسه وتنمية قدراته ومعلوماته.

٧ـ نبذة عن وسائل الإعلام والاتصال التربوي :

أولا ـ الوسائل المقروءة:

١ـــ الكتاب:

رغم انتشار الوسائل التعليمية بأشكالها المتنوعة، وتطورها، إلا أن الكتاب سيظل الأكثر استخداما في حفظ ونقل المعارف والعلوم والمفاهيم والقيم، ويمكن استثمار الكتاب المدرسي للانطلاق نحو تكوين قاعدة معلوماتية تستخدم عند البدء في العمل الإعلامي، ويقترح في هذا الجانب التالي:

ـ استثمار القصص والروايات ومواضيع الأدب العامة " لمسرحة المناهج"، أي تحويلها إلى عمل مسرحي يؤدى على خشبة المسرح، ويبث في الإذاعة، وينشر في نشرة المدرسة، مما يساعد على تقريب المعلومة إلى ذهن الطالب، وهنا ينبغي الإشارة إلى أهمية مراعاة سن الطلاب، واستعداداتهم وخصائصهم الفسيولوجية.

ـ نشر حلول لمسائل علمية وغيرها في نشرة المدرسة أو نشرة المادة، من خلال جهود الطلاب، ويمكن أيضاً أن تطرح على شكل مسابقة.

ــ الاستفادة من كتب مساعدة أخرى لحل المسائل، على أن تكون مرخصة من الوزارة ولا يمكن التساهل بالدور الكبير الذي يمكن أن تؤديه المكتبات العامة إذا ما استطعنا أن نجعلها محفزة للزيارة بتزويدها بالجديد من الكتب، والتي تناسب جميع الأعمار، إضافة إلى تنفيذ الحملات الإعلانية التي تحث على زيارتها والاستفادة منها، وتعد مكتبة المدرسة نموذجا مصغرا للمكتبات العامة، وتمتاز بنوعية الكتب التي أمنتها وزارة المعارف بإشراف مباشر من التربويين المعنيين.

٢ــ الصحيفة:

ويمكن تعريف الصحيفة بأنها: النافذة التي يرى منها الفرد العالم، وتدخل الصحف والمجلات العامة " التجارية " ضمن الدوريات التي تمثل حلقة اتصال مهمة بين أفراد المجتمع بكل طبقاته، وتتميز: بالجدة، وسهولة الحصول عليها ، ويمكن للاستفادة من الصحف والمجلات اتباع التالي:

ــ تثبيت الصحيفة على حامل في مكان بارز في المدرسة بحيث يتصفحها جميع الطلاب والمعلمين، أو في إدارة التعليم لتكون أمام العاملين، وهذا سيزيد من تفاعل الطلاب مع الصحف المحلية، وبالتالي زيادة ثقافة المجتمع.

ــ متابعة الأخبار والمقالات التربوية، وبثها من خلال الإذاعة المدرسية أو التلفزيون التعليمي، أو من خلال نشرة المدرسة، ويمكن أن توزع على الطلاب على هيئة ملف صحفي يومي أو أسبوعي أو فصلي.

ــ تعد الصحيفة وسيلة مهمة للتثقيف العلمي والمهاري من خلال تعلم فنون العمل الإعلامي: الخبر ــ التحقيق ــ الحوار الصحفي ...

ــ تدريب التلاميذ على مهارات كثيرة منها: القراءة السريعة الفاحصة، التعبير، الحوار البناء.

٣ ــ اللافتة:

تعتمد على الجملة المعبرة الواضحة، وعادة ما تستخدم في عمليات الإرشاد والتوجيه ؛ كأن تشير اللافتة إلى مكان مناسبة ما، ومن ذلك اللافتات التي توضع على أبواب المدارس التي توضح اسم المدرسة ومعلومات عنها، وتتميز بسهولة نقلها من مكان إلى آخر بحسب الحاجة...

ومن الاستخدامات العملية للافتة في مجال الإعلام التربوي:

ــ تدريب الطلاب على حسن الخط إذا كتبت باليد، أو باستخدام الكمبيوتر.

ــ تستخدم للإعلانات العامة عن مناسبات تربوية.

ــ يمكن أن تستخدم على هيئة لوحات مضيئة، وعادة ما تكون من الوسائل الناجحة التي يمكن مشاهدتها من على مسافات بعيدة.

٤ــ الملصقة:

تظل الملصقة من الوسائل الإعلامية الفعالة، ومن أهم شروط نجاح الملصقة:

ــ وضوح الهدف وبساطة المضمون.

ــ الاتزان: أي الانسجام بين محتويات الملصق.

ــ التركيز على فكرة واحدة.

ــ الاختصار في الكلمات المكتوبة والتركيز على الصورة المعبرة.

ــ استخدام الألوان الملفتة للانتباه.

وهي ضمن الصور التي تعمل على نقل الفكرة بشكل مصور، ويكثر استخدامها لأغراض التوعية العامة، كما أنها تستخدم في المدرسة للمساهمة في تحقيق الأهداف التربوية، ولها استخدامات عديدة مثل: الدعايات.

ومن أهم ما ينبغي مراعاته عند وضع الملصقة أن تكون سهلة الإزالة بعد انتهاء الغرض منها، وهنا ينبغي التنبيه إلى أنه لكي يحقق الملصق أهدافه فيجب عدم عرضه لمدة طويلة مهما كانت درجة قوته، حتى لا يفقد فاعليته وتأثره

٥ــ المطوية:

وتتميز المطوية بسهولة حملها وتوزيعها، إضافة إلى إمكانية طباعة كمية كبيرة منها بأرخص الأسعار، وعادة ما تركز المطوية على موضوع وأحد فقط، وتتناوله شرحا وتحليلا، وبأسلوب مبسط ومفهوم للمستهدفين.

وتعد المطوية من أفضل وسائل الإعلام في المناسبات العامة، ومفيدة أيضاً للتركيز على موضوعات معينة في المنهج الدراسي.

٦ــ الشعار التربوي:

هو رمز لهدف نسعى إلى تحقيقه، وينبغي عند التفكير في رفع شعار ما، أو عند التخطيط لمشروع تربوي حسن اختيار التراكيب اللغوية، وشموليتها، وسلامتها من الأخطاء، إضافة إلى إمكانية تحقيق بنود ذلك الشعار...

ومن المناسب عند التخطيط لتنفيذ حملة إعلامية تربوية أن نضع لها شعارا معينا، يرمز إلى هذه المناسبة، ونوظف جميع وسائل الاتصال لمساندة هذه المهمة، ومن ذلك: نشرات ــ مطويات ــ مسرح مدرسي ــ إذاعة مدرسية ــ ندوات ــ محاضرات.

وفيما يلي بعض الشعارات التربوية الهادفة، ومناسباتها المقترحة:

١ــ وراء كل أمة عظيمة تربية عظيمة (هدف تربوي عام).

٢ــ العلاقات الاجتماعية سمة الأوفياء (مناسبات اجتماعية).

٣ ــ الثقافة حضارة وتاريخ (مناسبات ثقافية –ندوة ــ محاضرة).

٤ ــ أسعد والديك ومعلمك بتفوقك (بداية العام الدراسي).

٥ــ القراءة عمر يضاف إلى عمرك (مشروع القراءة للجميع).

٦ــ التعليم أعظم استثمار في الحياة (عند اكتشاف موهوب في المدرسة).

٧ ــ أخي الطالب: كن قدوة حسنة للجميع (في مناسبات التكريم).

٨ــ يوم بلا علم ٠٠خسارة بلا عوض (لعلاج مشكلة الغياب في آخر العام).

٩ ــ رسالة المعلم لا تحدها أسوار المدرسة (بمناسبة يوم المعلم).

الهوامش:

١ ــ راجع: إسماعيل عبد الفتاح، التربية الإعلامية الإبداعية، الاسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠١١م، ص١٦٣ وما بعدها.

٢ ــ عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٢ م ــ ط ١، ص ٢٦ ــ ٣٩.

٣ ــ موقع على النت بقلم آمال سعد.

٤ ــ راجع: أحمد عبد الله العلي، الطفل والتربية الثقافية: رؤية مستقبلية للقرن الحادي والعشرين، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٢م.

٥ ــ راجع: مجدي عبد الكريم حبيب، تعليم التفكير في عصر المعلومات: المدخل، المفاهيم، المفاتيح، النظريات، البرامج، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣م.

٦ ــ محاضرة محمد احمد البطينى مدير إدارة الصحافة المدرسية بتوجيه الصحافة بوزارة التربية و التعليم الأسبق خلال الدورة التدريبية للأخصائيين يوم السبت الموافق ١٠ /٢ / ٢٠٠١. من على النت.

٧ ــ راجع: سالمون تشارلز، وجون جلاسر، الرأي العام والإعلام: صناعة الرضا الجماهيري، ترجمة عثمان العربي، الرياض: دار الشبل، ١٤١٧هــ /١٩٩٦م.

٨ ــ راجع: حسن شحاته، النشاط المدرسي: مفهومه، وظائفه، مجالات تطبيقه، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧م، ص٩٢.

٩ ــ إيهاب الأزهري، الإذاعة وبناء الإنسان، القاهرة، دار المعارف، سلسلة إقرأ، العدد ٤٣٨، أغسطس ١٩٧٨، ص١٨٢، ١٨٣، ١٩٧.

١٠ ــ فوزية المولد، الإذاعة والتنمية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، سلسلة المكتبة الثقافية، العدد ٣٧٣، ١٩٨٣م، ص ٧٠ وما بعدها، وراجع أيضاً ص ٤٤،٤٥.

١١ ــ راجع: أحمد سليمان، الإذاعة المدرسية للمرحلتين المتوسطة والثانوية، الرياض: مؤسسة الجريسي للتوزيع، ١٩٩٩م.

١٢ ــ ماجي الحلواني، التلفزيون وسيلة تعليمية، مرجع سابق، ص ١٣ــ١٤.

مهارات الاتصال للقائمين
على الاتصال التربوي

يتعدد العاملون في مجالات الاتصال والإعلام التربوي، فمنهم الصحفي أو المذيع، ومنهم موجه النشاط الإعلامي، ومنهم منسق أو منسقة الإعلام التربوي، ومنهم المصور، ومنهم المخرج الصحفي، ومنهم الرسام (كاريكاتير وخلافه) أو موجه النشاط الصحفي الخ..

ولابد وأن يتمتع الإعلاميون العاملين في التربية أو رجال ونساء الإعلام التربوي بمهارات اتصالية عديدة تجعلهم ناجحين في أعمالهم في التربية الإعلامية أو الإعلام التربوي....

ومن هذه المهارات اللازمة التي لابد وأن تكون متوافرة لديهم لتوصيل المعلومات والخبرات والأفكار والآراء والمشاعر والاتجاهات إلى الآخرين (١)، وهذه المهارات هي:

ـ مهارة الاستماع:

ويمثل الاستماع وسيلة أساسية للحصول على المنبهات الخارجية، وتزيد أهمية السمع عن أهمية الإبصار في المواقف التي لا توافر فيها الظروف المناسبة للإبصار السليم، حيث أن السمع هو أسبق حواس العقل إلى وصل الإنسان بالكون، والاستماع والإنصات والإصغاء والتفكير، فهي الفهم لرسالة المتحدث وإدراك ما يرمي إليه من مقاصد، ويختلف مستوى الفهم من شخص لآخر تبعاً لمستوى الاستماع.

ـ مهارة الحديث:

يعد الحديث أحد وجهي الاتصال (الوجه الشفاهي) وهو عبارة عن رموز لغوية منطوقة تنقل أفكار ومشاعر واتجاهات الآخرين ويتم هذا النقل عبر الاتصال الشخصي المباشر والاتصال الجماهيري.

ـ مهارات السؤال:

فالسؤال أداة إيجابية خلاّقة للحصول على المعارف والمعلومات في مختلف أنشطة الحياة ومختلف مجالات البحث والدراسة، فالاستفهام هو طلب العلم بشيء لم يكن معلوماً من فبل، والسؤال هو أحد المهارات الاجتماعية الواسعة الانتشار، ويتفق علماء الاجتماع والاتصال والبلاغة على تعريف السؤال بأنه طلب الحصول على المعلومات، فالسؤال عملية فكرية وليست عشوائية، وتتم وفقاً لخطوات منتظمة وتستلزم ضوابط عديدة وتحتاج إلى مجهود كبير كي يكتسب الفرد عادة توجيه الأسئلة الذكية.

ـ مهارات القراءة:

والقراءة عملية فكرية عقلية شديدة التعقيد، وترتبط بالنشاط العقلي والفسيولوجي للإنسان، إضافة إلى حاسة البصر وأداة للنطق والحالة النفسية، والقراء تتضمن قراءة السطور وقراءة ما بين السطور وقراءة ما وراء السطور وهي القراءة الإبداعية المطلوبة للإعلامي التربوي (٢).

ـ مهارة الكتابة:

الكتابة مهارة مرتبطة بالقراءة، وتتميز عن الحديث بأنها لا تتمحي على مر الأيام والسنين وهي أكثر أمانة على النص من الحديث وتسمح بالرجوع إلى المعلومات وقت الحاجة وتسمح بتوصيل جميع المعلومات المرد إيصالها.

الـهوامش

١ ــ راجع الدراسة المتميزة والفريدة من نوعها باللغة العربية: محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٩، وأيضاً راجع : رباب مصطفي، مهارات الاتصال، القاهرة، معهد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي العدد ١٦٦، يناير ٢٠٠٢، ص٤٤ــ٦٠.

٢ ــ راجع عن مهارات القراءة والكتابة: إسماعيل عبد الفتاح، معلمة رياض الأطفال والابتكار، الاسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٩، الفصل الثالث.. وراجع أيضاً: إسماعيل عبد الفتاح، الإعلام التربوي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص:٣١٠ وما بعدها.

المحاوات والمناظرات

أهم أساليب مهارات الاتصال

المناظرة والحوار من أهم أساليب الاتصال المنتج الفعال، وخصوصاً في المجالات التربوية، حيث المناظرة والحوار هي أهم أساليب الاتصال المباشر الفعال، وحيث أن المناظرة والحوار من أهم النتائج التي تؤدي إليها تنمية مهارات الاتصال عند الناس عموما، وعن الطلاب والشباب خصوصاً...

مفهوم المناظرة قديماً:جاء في المعجم الوجيز ناظر فلانا: صار نظيرا له وباحثه وباراه في المحاجة، ويقال دارى تناظر داره: تقابلها , وجمعهم يناظر الألف: يقاربه. والمفهوم الثاني وهو باحثه وباراه في المحاجة هو المقصود الشائع الآن, لأن المناظرة من أبرز معانيها المحاج المحاور.

وهى فن قديم وجد منذ أن وجد الإنسان، لأن من سمات الإنسان المفكر أن يختلف مع الآخرين وقد يكون هذا الاختلاف مصدراً للشر, وأحيانا يكون مصدراً للخير، إذن لابد من النقاش والتباحث , ليدلى كل وأحد برأيه ويثبته بالحجج والبراهين...

ولقد ازدهر فن المناظرة في العصر العباسي بقسميه الأول والثاني، إذ احتدمت المناظرات بين المتكلمين والفقهاء , وأصحاب الملل والنحل في هذا العصر. وقيل في وصف أحد المناظرين وهو أبو الهزيل العلاف المتوفى سنه ٢٣٠ هـــ " كان حَسِنِ الجدال قوى الحجة , كثير الاستعمال للأدلة والإلزامات".

ومن أمثلة مناظراته ما رواه الخطيب البغدادي عن يهودي جاء إلى البصرة وتعرض لمكلميها يقول لهم: ألا تقرون بنبوة موسى عليه السلام , حتى إذا

اعترفوا بها قال: نحن على ما اتفقنا عليه إلى أن نجتمع على ما تدعونه , وبهذا كان يستدرج الناس حتى يوهمهم أن اليهودية على حق....

فتقدم إليه أبو الهزيل العلاف وقال له: أسألك أم تسألني؟ فقال له اليهودي: بل أسألك. فقال ذاك إليه , فقال اليهودي: أتعترف بأن موسى نبي صادق أم تنكر ذلك فتخالف صاحبك (أي النبي عليه الصلاة والسلام) فقال له أبو الهزيل: إن كان موسى الذي تسئلني عنه هو الذي ينبئ بالنبي عليه السلام, وشهد بنبوته وصدقه فهو نبي صادق, وإن كان غير ما وصفت فذلك شيطان لا أعترف بنبوته , فرد على اليهودي ما لم يكن في حسبانه، ولم يلبس أن سأل أبا الهزيل:

أتقول: أن التوراة حق؟

فأجاب الهزيل: هذه المسألة تجرى مجرى الأول , إن كانت هذه التوراة التي تسألني عنها هي التي تتضمن البشارة بالنبي عليه الصلاة والسلام فتلك حق , وإن لم تكن كذلك فليست بحق ولا أقربها، فبهت اليهودي وأُفحم ولم يدر ما يقول.

وكتب التراث مليئة بهذه المناظرات، واستمرت المناظرات تدور بين المتخالفين في الرأي سلاحها الكلام والإتيان بالأدلة والبراهين حتى يقنع أحدهما الآخر، أو يقنع السامعين برأيه , وبذلك ينتصر الرأي الصحيح.

وفى كل عصر نرى الآراء المتصارعة حول الكثير من القضايا، فمثلا في أوائل القرن العشرين كانت القضايا الساخنة التي تدور في مجتمعنا هي: عمل المرأة وخروجها من البيت أم حبسها حتى تتزوج وتنجب..... وقد انتصر الرأي الأول , لأنه الأقرب للواقع.

ـــ المفهوم الحديث للمناظرة:

هو حوار متبادل بين جماعتين من المتحدثين يمثلان اتجاهين مختلفين حول قضية واحدة تهم المجتمع ويسعى إلى حلها، وفى مصر الحديثة أول من نادى

بالرأي والرأي الآخر هو المرحوم الرئيس أنور السادات وعبر عن ذلك بتعدد المنابر في وقت كنا نعيش في ظل الحزب الواحد.

ولهذا كان من الضروري أن تتبنى الوزارة نظام المناظرات في الأنشطة المدرسية حتى يهيئ الأجيال لتقبل الرأي الآخر إن كان صوابا، ويُعلم الناشئة طريقة للتعامل مع الآخرين بوسيلة عصرية حديثة. فتم عمل جماعات المناظرات ووجهت المناظرات تربويا حتى توائم المجتمع المدرسي، وتتناسب مع أعمار التلاميذ العقلية وتقوم المناظرة المدرسية على أسس أهمها:

١ــ أن يكون الموضوع ملائما للبيئة المدرسية ولمستوى التلاميذ الذي يجرى بينهم.

٢ــ أن تكون هناك قيادة واعية بالقضية لتوجيه الفريقين بأسلوب تربوي.

٣ــ أن يكون لكل فريق اتجاه له أدلته الموضوعية حتى يتحقق الهدف من المناظرة.

٤ــ ليس من الضرورة أن يُسلم الفريق للآخر وإنما يرجئ الموضوع للإطلاع على المزيد من المراجع والمستندات.

٥ــ ألا تقدم موضوعات أثبت العلم فسادها مثل:(التدخين – تقليل المناهج – اليوم المدرسي) فهذه الموضوعات أثبت العلم أن الأخذ بها ينتج شعبا متخلفا لا يستطيع اللحاق بالدول المتقدمة.

أهداف جماعة المناظرة في المدارس والجامعات:

لذلك كانت هناك أهداف لجماعه المناظرة من أهمها:

١ــ تنمية مهارات الطلاب على التفكير والفهم, واستنباط الحقائق والإلمام المتكامل بالقضايا العامة.

٢ــ إتاحة الفرصة للطلاب للتعبير عن آرائهم واحترام آراء الآخرين في إطار تربوي موجه.

٣ــ تشجيع الطلاب على القراءة الحرة والاطلاع.

٤ــ توعيه الطلاب بالقضايا العامة من خلال الحوار.

٥ــ إذكاء روح المنافسة الشريفة بين الطلاب.

٦ــ إثراء الثروة الفكرية واللغوية عن طريق استخدام اللغة.

٧ــ تنمية مهارات اللغة التي لا تحظى بالاهتمام في المناهج، ومنها: مهارة التحدث، فقلما تجد طالبا يجيد التحدث في المناسبات المختلفة، وكذلك مهارات الاستماع واحترام آراء الآخرين والبُعد عن التعصب والحدة في المناقشة.

٨ــ إذكاء روح البحث بين الطلاب ودفعهم لتحصيل المعارف المختلفة.

٩ــ تعويد الطلاب الثقة بالنفس والقدرة على الارتجال.

ــ مسابقة المناظرات:

يهدف هذا النشاط إلى تكوين شخصية الطلاب ورفع مستوى ثقافتهم وتنمية الجوانب الإيجابية لديهم اجتماعيا وتربويا، وذلك بتدريبهم على القراءة والاطلاع وجمع المعلومات من مصادرها الأساسية وتوظيفها في إبداء الرأي واحترام الرأي الآخر.

شروط المناظرة المقدمة للتحكيم على مستوى الوزارة:

١ــ يقوم الطالب باختيار وإعداد موضوع المناظرة تحت إشراف أخصائي أو مشرف الصحافة على أن يشمل التحاور جميع عناصر موضوع المناظرة مع تدريب الطلاب على سلامة اللغة.

٢ــ أن يتلاءم موضوع المناظرة مع المرحلة السنية للطالب.

٣ــ ألا تزيد مدة المناظرة عن عشرين دقيقة.

٤ــ يراعى ألا يزيد فريق المناظرة عن عشر طلاب ومُقدم المناظرة.

٥ــ أن يعتمد الطلاب على الحوار الحر مع عدم الحفظ وعدم القراءة من ورقة.

٦ــ الالتزام بالمنطق والموضوعية أثناء عرض الرأي.

٧ــ مراعاة عدم التكرار عند عرض عناصر موضوع المناظرة.

ــ ملاحظة هامة: يتم التناظر في أحد الموضوعات الواردة بتوجيهات الوزارة (توجيه عام الوزارة) وفى حاله اختيار موضوع آخر بيئي محلى يعرض الموضوع وعناصره على لجنه التحكيم لإجازته قبل عرضه.

التواصل السمعي

ليس كل إنسان قادر على التواصل السمعي أو البصري، ولذلك فإن السمع مسئول على التواصل اللفظي، لأن السمع يرتبط به غالباً النطق، وبالتالي لا يتم التواصل عند ضعفاء أو فاقدي السمع إلا عن طريق الحركة والإشارة، وهو ما نسمية التواصل غير اللفظي، فما هي مشكلات التواصل السمعي؟، وكيف نتمكن من مهارات التواصل السمعي، لأن القاعدة تقول: من يمتك السمع الحسن الجيد والإنصات العميق هو الذي يتواصل لفظيا مع الآخرين بصورة جديدة، قال تعالى فيما يتغاضى عن السمع الجيد: ﴿ ۞ إِنَّ شَرَّ ٱلدَّوَآبِّ عِندَ ٱللَّهِ ٱلصُّمُّ ٱلْبُكْمُ ٱلَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ ﴿٢٢﴾ وَلَوْ عَلِمَ ٱللَّهُ فِيهِمْ خَيْرًا لَّأَسْمَعَهُمْ ۖ وَلَوْ أَسْمَعَهُمْ لَتَوَلَّوا۟ وَّهُم مُّعْرِضُونَ ﴿٢٣﴾ ﴾ الأنفال: ٢٢ - ٢٣ قَالَ تَعَالَىٰ: ﴿ وَٱللَّهُ أَخْرَجَكُم مِّنۢ بُطُونِ أُمَّهَٰتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْـًٔا وَجَعَلَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۙ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾ ﴾ النحل: ٧٨ قَالَ تَعَالَىٰ: ﴿ وَهُوَ ٱلَّذِىٓ أَنشَأَ لَكُمُ ٱلسَّمْعَ وَٱلْأَبْصَٰرَ وَٱلْأَفْـِٔدَةَ ۚ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾ ﴾ المؤمنون: ٧٨.

فالمشاكل السمعية Hearing defects، لابد أن نضعها في الاعتبار لأنه لما كان السمع لا يتضمن وظائف حركية من تلك التى تتضمنها حركة عضلات العين. فمن الطبيعي أن تكون الإعاقات السمعية لدي الأطفال المصابين بالشلل الدماغي أقل شيوعًا من الإعاقات البصرية، فقد أكدت نتائج البحوث السمعية هذا الاستنتاج المنطقي، حيث أظهرت أن الإعاقات السمعية بين الأطفال المصابين بالشلل الدماغي ليست شائعة كالاضطرابات البصرية، إذ أن نسبة من يصاحب منهم بالإعاقة السمعية لا تقل عن ١٥% ويقصد بالإعاقة السمعية تلك المشكلات

التي تحول دون قيام الجهاز السمعي عند الفرد بوظائفه، أو تقلل من قدرة الفرد علي سماع الأصوات المختلفة.

و تعد حاسة السمع واحدة من أهم الحواس التي يعتمد عليها الفرد في تفاعلاته مع الآخرين أثناء مواقف الحياة المختلفة، نظراً لكونها بمثابة الاستقبال المفتوح لكل المثيرات والخبرات الخارجية، ومن خلالها يستطيع الفرد التعايش مع الآخرين، ومن ثم تعتبر الإعاقة السمعية من أشد وأصعب الإعاقات الحسية التي تصيب الإنسان ؛ إذ يترتب عليها فقد القدرة علي الكلام بجانب الصمم الكُلي، ولذا يصعب علي الأصم اكتساب اللغة والكلام أو تعلم المهارات الحياتية المختلفة ، كما أن آثار التنشئة في سن ما قبل المدرسة تبقي وتتأصل خلال الحياة المدرسية، ومن ثم فإن العناية بالتكوين النفسي وتقبل الإعاقة لدي الطفل الأصم مع إتاحة الفرصة له للنمو والتواصل والتفاعل مع أفراد الأسرة في مواقف عادية تصقله وتساعده علي نمو شخصيته. كما تعتبر وظيفة السمع من الوظائف الرئيسية والمهمة للكائن الحي، ويشعر هذا الفرد بقيمة هذه الوظيفة حين تتعطل القدرة على السمع بسبب ما يتعلق بالأذن نفسها. وتتمثل آلية السمع في انتقال المثير السمعي من الأذن الخارجية على الوسطى ومن ثم إلى الأذن الداخلية فالعصب السمعي ومن ثم إلى الجهاز العصبي المركزي حيث تفسير المثيرات السمعية.

وهناك أنواع من الإعاقة السمعية منها:

الطفل الأصم:

هو ذلك الطفل الذي فقد قدرته السمعية في السنوات الثلاث الأولى من عمره ونتيجة لذلك فهو لم يستطع اكتساب اللغة ويطلق على هذا الطفل مصطلح الأصم الأبكم

الطفل ضعيف السمع:

هو ذلك الطفل الذي فقد جزء من قدرته السمعية ولذلك فهو يسمع عند درجة معينه كما ينطق وفق مستوى معين يتناسب ودرجة إعاقته السمعية بمساعدة المعينات السمعية..

بينما نجد رأيا آخر ينحاز إلي مبدأ وجود تأثير واضح للإعاقة السمعية علي الطفل الأصم، الذي يوصف بأنه شخص غير عادي بكل تأكيد، إذ إن انحرافاته عن المعتاد يمكن ملاحظتها في النواحي الجسمية.

ولذلك يتسم الصم فى النواحي الجسمية بالتالي:

* الإتيان بأوضاع جسمية خاطئة.
* تأخر النمو الحركى لديهم مقارنة بالعاديين.
* يحتاجون لتعلم طرق بديلة للتواصل حتى يتطور النمو الحركى لديهم.
* قلة اللياقة البدنية لديهم.
* كما يمكن التغلب علي الآثار السلبية للإعاقة السمعية علي النمو الجسمي منذ البداية بالتدريب الحركي الموجه والمتواصل لدي الطفل، وبخاصة للأعضاء المتعلقة بجهاز الكلام والسمع، كالصدر والحلق والرئتين والأحبال الصوتية والفم وذلك حتي لا تصاب تلك الأعضاء بنوع من الركود، يؤدي إلي اختلاف النمو الجسمي والحركي لها.

ويتضح: أن عمليه التعوق والتعطيل في الجهاز السمعي وعدم دخول وخروج الصوت في هذا الجهاز السمعي قد يؤدي بدوره لمشكلات بالجهاز التنفسي، نتيجة عدم تلقائية حركة الهواء في الجهاز السمعي وتعطل جهاز النطق لديه، ومن ثم عدم وجود انتباه للأفعال والمؤثرات الصوتية وبالتالي فإنه قد يفتقد الاستجابة التلقائية الطبيعية والمباشرة للمثير الصوتي، وبالتالي يتسم بقدرة أقل من تلك التي لدي عادي السمع.

وتشير الدراسات في الدول الغربية أن حوالي ٥% من طلاب المدارس لديهم ضعف سمعي إلا أن هذا الضعف لا يصل لمستوى الإعاقة. أما بالنسبة للضعف السمعي الذي يمكن اعتباره اعاقة سمعية فتقدر بحوالي ٠,٥% وتقدر نسبة انتشاره بحوالي ٠,٧٥% , ولذلك يطلق على الإعاقة السمعية عادة بالإعاقة قليلة الحدوث.

التدخل المبكر والإعاقة السمعية (١):

١-إدارة الرأس نحو مصدر الصوت عند الإصغاء للكلام.

٢-ظهور إفرازات صديدية من الأذن أو احمرار في الصيوان.

٣-التشتت والارتباك عند حدوث أصوات جانبية.

٤-الميل للحديث بصوت مرتفع.

٥-استخدام الإشارات في المواقف التي يكون فيها الكلام أكثر فاعلية.

٦-الصعوبة الواضحة في فهم التعليمات وطلب إعادتها.

٧-عيوب في نطق الأصوات وخاصة حذف الأصوات الساكنة من الكلام.

٨-الالتزام بنبرة واحدة عند التحدث، أو لحذف بعض الحروف.

٩-الحرص على الاقتراب من مصادر الصوت ورفع صوت التلفاز والمذياع بشكل مزعج للآخرين.

١٠-عدم الانتباه والاستجابة للمتكلم عندما يتكلم بصوت طبيعي.

١١-الشكوى من آلام في الأذن أو صعوبة في السمع ورنين مستمر في الأذن.

١٢-ضعف في التحصيل بشكل عام وخصوصاً في الاختبارات الشفوية.

١٣-عدم المشاركة في الأنشطة والنشاطات وخصوصاً تلك تركز على استخدام حاسة السمع واللغة الشفهية.

وعن فلسفة الرعاية التربوية للمعاقين سمعياً: إن فلسفة تعليم الطفل المعاق سمعيا تقوم على جانبين: جانب تأهيلي بهدف إلى إكساب التلميذ لغة التواصل مع الآخرين والتدريب على السمع والكلام، وجانب تعليمي يهدف إلى إكساب التلميذ قدر مناسب من المعرفة والثقافة.

طرق تعليم التلميذ المعاق سمعياً: وتشير البحوث والدراسات وأدبيات التربية في مجال تعليم المعاقين سمعيا إلى وجود قصور في النظرة إلى استخدام الأساليب، وطرق التدريس المناسبة لخصائصهم وحاجاتهم. فمن المعروف أن التلميذ المعاق سمعيا يعاني من النسيان وعدم القدرة على الربط بين موضوعات المنهج، وعدم القدرة على استدعاء ما تم دراسته من معلومات مطلوبة لتعلم موضوعات جديدة، مما يشكل صعوبة في التعليم للتلميذ المعاق سمعيا ويستدعي بذل الجهد واللجوء إلى التكرار المستمر مع تنوع الطرق المستخدمة، وإعطاء جرعات علمية متزايدة وهو ما يسمى التعلم بعد تمام التعلم.

طرق التواصل: التواصل هو عملية تبادل الأفكار والمعلومات، وهو عملية نشطة تشتمل على استقبال الرسائل وتفسيرها ونقلها للآخرين. ويعتبر الكلام واللغة وسائل رئيسية للتواصل، وهناك طرق أخرى يتم فيها التواصل غير اللفظي مثل إيماءات، ووضع الجسم، والتواصل العيني، والتعبيرات الوجهية، وحركات الرأس والجسم، وهناك أبعاد لغوية موازية لها (وتشمل التغييرات في نبرة الصوت، وسرعة تقديم الرسالة والتوقف أو التردد).

أهم اساليب التواصل مع التلاميذ الصم:

أولاً: التواصل الملفوظ (التدريب السمعي – قراءة الشفاه)

التدريب السمعي: ويعتبر من الاتجاهات الحديثة في تعليم الأطفال المعوقين سمعياً والذي يركز على الاستفادة من السمع المتبقي لدى الأطفال. ولذلك فهو

يعتبر نقطة مثالية للتدخل المبكر نتيجة للدور الذي يلعبه في تطوير قدرة الطفل المعوق سمعياً على التحدث بالإضافة الى دمجه في المدارس مع الأطفال العاديين. ويتضمن التدريب السمعي تنمية مهارة الاستماع لدى الأطفال المعوقين سمعياً بالإضافة الى قدرتهم على التمييز بين الأصوات وذلك عن طريق:

- تنمية الوعي بالأصوات.
- تنمية مهارة التمييز الصوتي للأصوات العامة غير الدقيقة.
- تنمية مهارة التمييز الصوتي للأصوات المتباينة الدقيقة.

قراءة الشفاه: يقصد بذلك تنمية مهارة المعاق سمعياً على قراءة الشفاه وفهمها، ويعني ذلك أن يفهم المعاق سمعياً الرموز البصرية لحركة القم والشفاه أثناء الكلام من قبل الآخرين، ويشار إلى أن هناك طريقتين من طرق تنمية مهارة قراءة الكلام / الشفاه لدى الأفراد\ المعاقين سمعياً وهما:

١- الطريقة التحليلية: فيها يركز المعاق سمعياً على كل حركة من حركات شفتي المتكلم ثم ينظمها معاً لتشكل المعنى المقصود.

٢- الطريقة التركيبية: قيها يركز المعاق سمعيا على معنى الكلام أكثر من تركيزه على حركتي شفتي المتكلم لكل مقطع من مقاطع الكلام.

ومهما تكن الطريقة التي تنمي بها مهارة قراءة الكلام / الشفاه فإن نجاح الطريقة أيا كانت يعتمد اعتمادا اساسيا على مدى فهم المعاق سمعيا للمثيرات البصرية المصاحبة للكلام، والتي تمثل المثيرات البصرية أو الدلائل البصرية النابعة من بيئة الفرد كتعبيرات الوجه، حركة اليدين، مدى سرعة المتحدث ومدى الفة موضوع الحديث للمعاق سمعياً والقدرة العقلية للمعاق سمعياً.

إذن الهدف الأول من قراءة الشفاه هو الحفاظ على التقاء البصر والإبقاء عليه ن وبعض الأطفال المصابون بضعف سمع وخصوصاً الذين يدللهم الآباء والأمهات ويتساهلون معهم يحتاجون إلى تعديل السلوك.

ثانيا: التواصل اليدوي: (لغة الإشارة، تهجئة الأصابع):

وهذا كله سنتناوله فيما بعد في التواصل غير اللفظي.

ومن الأهمية بمكتن تاتحدث عن: تطوير اللغة في بيئة إشارية Language Development in a Signing Environment، فلو أن وسط التواصل بين الطفل ووالديه و أقرانه هو لغة الإشارة فكل التفاعل الإجتماعي يحدث بشكل طبيعي, فعن طريق البصر يشرح الوالديين الأشياء ويتبادلون المعلومات ويتعلمون, فيصبح الطفل جزء من شبكة إجتماعية يستطيع أن يساهم فيها كعضو متساوى.

وأظهرت الأبحاث أن الأطفال الصم لأبوين صم و في وسط يستخدم لغة الإشارة كوسيلة للتواصل لا يكون لديهم مشاكل لتعلم اللغة مثل الصم لأبويين لا يعرفون لغة الإشارة. فالطفل الأصم الذي يعرض عليه لغة الإشارة منذ الميلاد يناغي (Babble) عن طريق الأيدى في نفس العمر لأقرانه الذين يناغون عن طريق الصوت و في بعض الحالات مبكراً عنهم.

و أيضاً ينتجون أول كلمات إشارية مفهومة لهم في نفس عمر أقرانهم السامعيين الذين ينطقون أول كلماتهم اللفظية. ويستطيعون عمل جمل من كلمتيين و ثلاث كلمات مبكراً عن أقرانهم السامعيين.

و الصم لأبوين صم يتقدمون إجتماعياً أحسن لزيادة الثقة بالنفس و سهولة التواصل و إتاحة نماذج مناسبة لهم.

ونصل في الختام إلى أهمية وضرورة التواصل الكلي: وتعنى هذه الاستراتيجية باستخدام كل أساليب التواصل التي تمكن الشخص المعوق سمعيا من التواصل مع الآخرين. وهي تدمج الكلام والإشارات والتهجئة بالأصابع والتدريب السمعي.....

الهوامش

(١) راجع: إسماعيل عبد الفتاح، تعليم وتدريب المعاقين،المعاقين بضعف السمع والنطق: الصم والبكم، كتاب رقم ٣ في السلسلة، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠١٣م، صفحات متعددة.

التواصل غير اللفظي

من أبرز سمات البشر وخصوصاً: المعلم الناجح هو قدرته على توصيل المعلومة الى الطالب، وهذه ليست مهمة سهلة على الإطلاق، فهي تحتاج الى قدرة عالية على التأثير والتأثر وتحتاج الى معرفة كيفية الاتصال والتخاطب مع الطالب وشد انتباهه للشرح ويستخدم المعلم في ذلك العديد من المهارات والأساليب والطرق، ومن أهم الطرق المساعدة على توصيل المعلومة طريقة "التواصل غير اللفظي" وهي طريقة تستخدم فيها حركات الجسم وخاصة تعابير الوجه وحركات العيون وإيماءاتها ورسم الابتسامة على الشفاه وتقطيب الحاجبين وانبساط الوجه وانقباضه، كل هذه السلوكيات إذا استخدمت بشكل متناسق مع التعابير اللفظية أصبح لدينا طريقة لها جانبان من التأثير: جانب نفسي وجانب عقلي.. كما أن من أهم مميزات هذه الطريقة، أنها مثيرة وجذابة وهي أفضل الطرق للقضاء على "الشرود الذهني" أثناء الشرح، كما أن هذه الطريقة بما تحمله من تأثير نفسي تبقي على المعلومات أطول مدى زمني ممكن، ولا تنسى بسهولة وهذه الطريقة تحتاج الى اندماج المعلم مع المادة وحبه لها وتأثره بها لكي يستطيع ان يصل الى استجابات لفظية غير متكلفة أو متصنعة، لأنه لا مجال للتصنع أو التمثيل، لأن ذلك صعب في مجال التربية. فإلى كل معلم أن يأخذ في اعتباره الجانب النفسي للطالب قبل الجانب العقلي، لأن كليهما مكمل للآخر وأن يعرف كيف يستطيع أن يستخدم كل أحساسيه في توصيل المعلومه الى ذهن الطالب. ومن الأسئلة الشائعة في الاتصال غير اللفظي:

كيف توصل معلومة في مجال تخصصك للطلبة وللطالبات؟

ج/ يعني باستخدام الوسائل التعليمية او بالحركات التعبيرية بالوجة الابتسامه حركات الايدي أي شئ..

لو دخلت الفصل وكان عندك طالب أو طالبة يبدو عليها الحزن ماذا تفعل؟

ج/ بالنسبة لي أنا أشرح الدرس وأخليها تتفاعل مع الدرس ولا أحسسها أو أسالها: لماذا أنت حزينة، وأتواصل معها بما يضاد الحزن عن طريق غير لفظي..

كيف تتصرف مع الطالب أو الطالبة المشاغبة؟

ج/ - كن قدوة ومثلاً جيداً للطالب وللطالبة من خلال علاقاتك بزميلاتك من المعلمين والمعلمات، عن طريق التعامل الحياتي بدون التلفظ، يعني اتصالك القوي بهم غير اللفظي الحركي والإشاري: أ- لا تتبادل النقاش واختلاف وجهات النظر أمامهم؛ لأن ذلك يهز ثقتهم بك. ب- لا تسمح لأي منهم بالنيل من معلم أو معلمة أخرى أمامك؛ لأن أول من سيسقط من عينهم هو أنت أيتها المعلم التي سمحتِ بالنيل من زميلك أو زميلتك. ج- ابتعد عن الضحك بصوت عال، والذي لا يليق بالجو المدرسي.

- وكن معلماً واثق بنفسك، فلا تبدي أي نوعٍ من الخوف من المشرفة التربوية أمام طالباتك مهما كان الأمر: أ- سوف تحضر لكم المشرفة الحصة الفلانية، جميعكن ارفعن أيديكن حتى وإن كنتن لا تعرفن الإجابة. ب- غير معتادة على استخدام وسيلة ولكنك تستخدمها في حضور المشرفة. ج- تشرح الدرس أمام المشرفة بطريقة مختلفة عما اعتدتِ عليه.

قد يدفعك إلى هذه التصرفات حرصك في الحصول على رضا المشرفة. ولكن السؤال هنا: ما الأهم؟ نظرة المشرفة لك، والتي تقتصر على فترة معينة أم نظرة طالباتك ً؟، ستجد منهن من تقول: إن المعلم الفلاني لم يفعل ذلك إلا عندما حضرت المشرفة، وهذا يعني أنك تفقد احترام الطالب أو الطالبة وثقتها بك.

- احترامك للوقت وحرصك على استغلاله داخل المدرسة ينقل هذا الشعور للطالبة، فالطلبة عادة تتأثر بما يصدر عن معلمها، بل ويميلوا أحياناً إلى تقمص شخصيته ويمكنك استغلال وقتك، فالثقة هي البناء الأساسي في تعاملنا مع الطالب أو الطالبه المشاكسه، وفي حالة انعدام الثقة والقناعة بالمدرس سوف تقوم الطالبه أو يقوم الطالب بعدم تقبل إرشاداته أو توجيهاته. ويفشل المدرس أخيراً في كل محاولاته للسيطرة على سلوكيات هذا الطالب وعلى هذه الطالبة، لأن الطالبة المشاكسه لا يهمها ما ينتج من جراء تصرفاتها الفوضوية.

ويرجى عدم الدخول في نقاش منفعل مع الطالب أوالطالبة المشاكسة أمام بقية الزملاء لأن هذا النقاش ليس في صالح المعلم ممكن يتعمد الطالب أو الطالبة اسلوب يضع المعلم في موقف محرج ويفقده السيطرة على الوضع في الحصة، وبالتالي يفشل في إعطاء الدرس وممكن يهتز ثقته بنفسه امام طالباته ويصير في وضع لايحسد عليه، وممكن يكون بعض الطالبات التي تستغل هذا الوضع وتقلب الحصة (مهزلة) افضل شي تكلم البنت على جنب وتقولها بهدوء تام: مُري علي بعد الحصة البنت نفسها تحس بحرج وينتهي الموضوع..

والتواصل غير اللفظي مهم جداً بل له دور حيوي عند حالات الصم والبكم الذين يفقدون القدرة على السمع، فيحتاجون للإشارات والحركات ليفهموا الكلام،

حيث تعد حاسة السمع واحدة من أهم الحواس التي يعتمد عليها الفرد في تفاعلاته مع الآخرين أثناء مواقف الحياة المختلفة، نظراً لكونها بمثابة الاستقبال المفتوح لكل المثيرات والخبرات الخارجية، ومن خلالها يستطيع الفرد التعايش مع الآخرين، ومن ثم تعتبر الإعاقة السمعية من أشد وأصعب الإعاقات الحسية التي تصيب الإنسان ؛ إذ يترتب عليها فقد القدرة علي الكلام بجانب الصمم الكُلي، ولذا يصعب علي الأصم اكتساب اللغة والكلام أو تعلم المهارات الحياتية المختلفة ، كما أن آثار التنشئة في سن ما قبل المدرسة تبقي وتتأصل خلال الحياة

المدرسية، ومن ثم فإن العناية بالتكوين النفسي وتقبل الإعاقة لدي الطفل الأصم مع إتاحة الفرصة له للنمو والتواصل والتفاعل مع أفراد الأسرة في مواقف عادية تصقله وتساعده علي نمو شخصيته.

وهاتان الفئتان هما:

ـ الأطفال الصم EAF :

وهم أولئك الذين يولدون فاقدين للسمع تماماً بدرجة تكفى لإعاقة بناء الكلام واللغة. أو هم الأطفال الذين يفقدون السمع فى مرحلة الطفولة المبكرة قبل تكوين الكلام واللغة،بحيث تصبح القدرة على الكلام وفهم اللغة من الأشياء المفقودة بالنسبة لهم.

ـ ضعاف السمعHard of Hearing:

وهم أولئك الأطفال الذين تكونت لديهم مهارة الكلام والقدرة على فهم اللغة،ثم تطورت بعد ذلك الأعاقة السمعية،مثل هؤلاء الذين يكونون على وعى بالأصوات.

إن فلسفة تعليم الطفل المعاق سمعيا تقوم على جانبين: جانب تأهيلي بهدف إلى إكساب التلميذ لغة التواصل مع الآخرين والتدريب على السمع والكلام، وجانب تعليمي يهدف إلى إكساب التلميذ قدر مناسب من المعرفة والثقافة. والتواصل هو عملية تبادل الأفكار والمعلومات، وهو عملية نشطة تشتمل على استقبال الرسائل وتفسيرها ونقلها للآخرين. ويعتبر الكلام واللغة وسائل رئيسية للتواصل، وهناك طرق أخرى يتم فيها التواصل غير اللفظي مثل إيماءات، ووضع الجسم، والتواصل العيني، والتعبيرات الوجهية، وحركات الرأس والجسم، وهناك أبعاد لغوية موازية لها (وتشمل التغييرات في نبرة الصوت، وسرعة تقديم الرسالة والتوقف أو التردد).

ولغة الإشارة: هي عبارة عن رموز إيمائية تستعمل بشكل منظم وتتركب من اتحاد وتجميع بشكل اليد وحركتها مع بقية أجزاء الجسم التي تقوم بحركات معينة تمشيا مع حدة الموقف , وتعتبر لغة الإشارة وسيلة للتواصل تعتمد اعتمادا كبيرا على الإبصار. ولغة الإشارة لغة مستقلة لها فوائدها ونظامها والذي يمكننا من تركيب جمل كاملة , وتعتبر لغة طبيعية أو كاللغة الأم بالنسبة للصم، هي لغة يستخدمها الصم تنشأ بطريقة طبيعية وتتطور تدرجياً من خلال مجتمع الصم.. وتختلف من مكان لآخر بناء على لهجة وثقافة كل مجتمع أي هي غير موحدة ولكن تتفق في بعض القواعد الأساسية. ولغة الإشارة غنية ومعبرة ومعقدة مثل اللغة اللفظية , وتشكل باليدين لتعبر عن كلمه أو فكرة أو إحساس أو تدل على شخص أو مكان أو زمان. وتعتمد على:

١- حاسة البصر لذلك تسمى لغة الإشارة المرئية Visual Sign language

٢- الحركة(الحركات الجسدية أو الإيماءات).

والإشارة: **تنقسم إلى:** المقارنة بين الإعاقة السمعية البصرية و باقي الإعاقات الحسية، **وكف البصرBlindness** من خلال البصر، و يتصل الطفل بالعالم من حوله (أشياء- أشخاص- مواقف- علاقات). ويتعلم الشخص ٧٥ % من أغلب ما يتعلمه.

ومع الأسف لم يتفق العرب على لغة الإشارة للصم والبكم فتركوهم للاختلافات، حيث لغة الإشارة للصم والبكم في لبنان تختلف عنها في مصر وتختلف عنها في الخليج، بل الخليج ذاته نجد لغة الإشارة تختلف من دولة لأخرى...

المهم أن التواصل غير اللفظي، بالحركات المعبرة، وبالإشارة، مهم جداً لأنه يحافظ على استقرار الكلام ومعانيه وترسيخه في نفس المتلقي المستقبل للرسالة

الاتصالية، وهو في ذات الوقت في منهي الأهمية لفئة عريضة من فئات المجتمع وهم الصم والبكم وضعاف السمع لكل يفهموا ما قيل عن طريق الإشارة...

أبرز مهارات الاتصال

ولعلَّ من أبرز مهارات الاتصال، الهامة والضرورية لكل إنسان، والتي تعطيك قوةً في هذا المجال ما يلي(١):

١ ــ تعرَّف على مكونات الرسالة الكلامية:

توجد ثلاثةُ عناصرَ نتواصل بها حين نتكلم :

- **عنصر لفظي**، وهو: الكلمات التي نقولها...
- **وعنصر صوتي**، وهو: رنين الصوت وحماسته وبروزه.
- **وعنصر بصري**، وهو: سِيمَا الوجه وحَرَكة الجسم...

ولا بدَّ من انسجام هذه الثلاثة العناصر وتكاملها؛ إذ يعدُّ التناقض بينها الحاجزَ الأكبر دون وقوع الاتصال الفعال، وهذه العناصر حين تتلاحم يتساوى وزنُها في إعطاء المصداقية والثِّقة، لكن حين تتناقض فيما بينها، فإنَّ العنصر اللفظي يأخذ فقط من الثِّقة والمصداقية: ٧ %، والعنصر الصوتي: ٣٨ %، والعنصر البصري: ٥٥% .

٢ ــ خاطِبْ العاطفة أولاً:

تعدُّ العاطفة حارسةَ بوَّابة الذِّهْن؛ إذ يقتنع جُلُّ الناس بعواطفهم، ويبررون بعقولهم، والاتصال الفعال يعني ارتباطَ المتكلم مع المستمع على مستوى عاطفي، وليس فقط على مستوى فِكري...

فاحرصْ على أن تتواصلَ مع الآخرين بالبُعد العاطفي وإثارة المشاعِر، الذي يمكنك القيامَ به عبرَ الجاذبية الشخصية، والارتكاز على عناصر الاتصال الصوتيَّة والبصرية.

٣ ــ اتصل بالعين:

نظرتك الحانية حين تتحدَّث إلى المستمع شعاعٌ يُبهِج قلبه، ويُشعره بالألفة والارتياح والمشاركة، ويجعله يحسُّ بأنك تتحدَّث إليه مباشرة، فركزْ نظرك إليه وقتًا كافيًا قبل أن تصرفَه – إن كنت محتاجًا إلى ذلك – وواصل نظرك بصِدق وثبات عند المحادثة.

وتوجيه النظر إلى قُرْب العينين أمرٌ مقبول، والأفضل أن يتمَّ التركيز على إحدى العينين، وحين تشعر بالانزعاج من شخصٍ ما، ركِّزْ نظرك على أنفه أو جبينه؛ فإنَّ ذلك سيشعره بأنَّ لديك تواصلاً فعَّالاً بالعين، وفي المقابل لن تشعر بأنك على اتصال معه على الإطلاق.

وإذا كنت تتحدَّث إلى مجموعة، فقُمْ في بداية حديثك بإجراء مسْح عيني لمدة قصيرة لجميع الحاضرين، ثم بعدَ ذلك ابدأ بالاتصال العيني مع كلِّ فرد على حِدَة، ولا تنسَ الأشخاص الذين يقعون في الحافَّات البعيدة.

٤ ــ قف منتصبًا:

تعلَّم أن تقف منتصبًا، مع مَيْل قليل بكافَّة جسمك إلى الأمام، وأن تتحرَّك بصورة طبيعيَّة، فذلك سيعطيك مظهرَ الثقة الكاملة بالنفس، وإيَّاك أن تنكمش وتكون في حالة انحناء، أو ترجع جُزْأك الأعلى إلى الخَلْف، أو تعتمد على إحدى رجليك؛ لأنَّ ذلك سيجعلك تبدو مترددًا، وفي حالة متوتِّرة، كما عليك ألاَّ تتكئ على جدار، وألاَّ تضع رِجلاً على رجل؛ إذ يُعطي ذلك انطباعًا غير جيِّد عنك، ويؤثِّر على وضعية جسمك، ومن الأفضل أن تقوم بالمبالغة بإشاراتك الإيجابيَّة نحوَ المتلقي، ولا تقلق من ذلك؛ لأنَّك مهما بالغتَ فستكون في حالة قريبة من الحالة الطبيعيَّة، ويحسن أن تتحرَّك دائمًا بوعي ضمن مستوى طاقتك الطبيعيَّة؛ لأنَّ الحركة الدائمة تعكس الثِّقةَ بالنفس، وتقوِّي الطاقة، وتُدخل لمسةَ تنويع في طريقة الاتصال.

ويُفضَّل أن تجعل يديك بجانبيك عندما لا تُريد تأكيدَ الكلام عبرَ حركاتك، وعندما تريد ذلك إرادةً نابعةً من الحماسة الطبيعية، فإنَّ ذلك سيحدث عفويًّا، لكن ذلك لا يمكن أن يحدث بحال حينما تكون يداك ضحيَّة إشارات عصبية بشكل مستمرٍّ؛ ولذا فمِن المستحسن أن تتعرَّف على حركاتك حين تتكلَّم، وبخاصَّة حين تكون مضطربًا أو في حالة عصبية؛ ليعينَك ذلك على التخلُّص منها.

٥ ــ تبسَّم:

ما يدركه الآخرون من خلال الظاهِرِ عنك هو الحقيقةُ بالنسبة لهم، فكن مبتهجًا محافظًا على ابتسامتك، واجعل ملامحَك وتعابيرَ وجهك طبيعيَّة حين تتكلم، فإنَّ ذلك يُعزِّز من قدراتك على التأثير، ودَعِ النظرات الحادَّة والجدية الزائدة في اتصالك، فإنَّ ذلك سيجعل منك متصلاً متميزًا، وسيعتقد الناس بأنَّك قريب منهم، ومحبوب لهم، وعندها سينفتحون على أفكارك ويحترمونها، وسيتحمَّلون مخالفتك، ويقبلون منك ما لا يقبلون من غيرك؛ ولذا فمِن المهمِّ أن تتدرب على البسمة الودود السهلة، من خلال الممارسة، ورَفْع عَظْمَي الفَكِّ، وتحريك عضلات الوجه، مع ضرورة تذكُّر أنَّ الابتسامة الحقيقيَّة هي دائمًا تلك التي تنبع من داخلك.

٦ ــ جمِّل مظهرك:

للمظهر الحسن دورٌ رئيس، وتأثير أكبر ممَّا نعتقد في إحداث انطباع جيِّد عنا حين نتواصل مع الآخرين، وهذا ما يُحتِّم علينا إدراكَ أثر المظهر في نجاح عملية الاتصال، ولا توجد وصفَاتٌ صحيحة أو خاطئة للمظهر الحسن، ولكن هناك طريقة ملائِمة للنَّفْس والبيئة، فإذا شعر المتكلِّم بالانزعاج وعدم الراحة بسبب مظهرِه، فلن يستطيعَ الاتصال مع الآخر بشكل فعَّال، وإذا لم يكن مظهره محقِّقًا لتوقعات المستمع، ومراعيًا لمتطلبات المكانِ والزمان، والحالة القائمة، والوضعية الاجتماعيَّة، فسيحول ذلك بالتأكيد دونَ نجاح عملية الاتِّصال.

ومن الأهمية بمكان :العنايةُ أكثر بمظهر الوجه والرأس؛ لأنَّها المنطقة التي ينظر إليها الناسُ غالبَ الوقت، والعناية أكثر بالمظهر في أوَّل عملية اتصال يتمُّ

إجراؤها مع آخر؛ نظرًا لكون الانطباع الجيِّد الذي من الممكن تركُه من خلالها لا يمكن تَكْراره، ولا الحصول على فرصة ثانية لعمله مرَّة أخرى.

٧ ــ استثمر صوتك:

الصوت هو الوسيلة الرئيسة التي تحمل رسائِلَنا للآخرين؛ ولذا فهو ثروة ضخمة، ورأس مال رابِح، متى ما كان جذَّابًا لطيفًا، واستُعْمِل بطريقة ثرية ملائمة، إذ ليس هناك مِن سهم يمكنه النَّفاذ إلى القلْب كالصوت العَذْب، فأثره أكبر ممَّا نعتقد، فهو الذي يُعطي المتلقِّي فكرةً عن مزاج المُلْقِي الحقيقي، ومدى قناعته بما يقول، ونغمة الصوت ورنينه تشكِّل ٨٤ % من الثقة والمصداقية عندما لا يتمُّ التمكُّن من رؤية الملقي، ويتم الاكتفاء بسَماع صوته فقط، فأبرِزْ وتيرةَ صوتك، ونوِّعه، وتحكَّم في نغمته، وضمِّنْه ابتسامتك، وكرِّر بعض الجمل، وأكِّد بعض المقاطع المهمَّة بتغيير نمط الصَّوْت، ولا تكن حبيسَ أنماطك الصوتية، ولا تجعلْ صوتك حاجزًا دون تأثيرك وحيوية أفكارك، وابتعدْ عن القراءة من ورق حين تُلْقي، بل حدِّد أفكارك الرئيسة، وتكلَّم عنها؛ لتخرجَ عن الرتابة، وتُجبر ذِهنك على اختيار الكلمات المنتقاة آنيًّا؛ ليجعل ذلك صوتك مليئًا بالحيوية، والحركة باستمرار.

٨ ــ حسِّن لغتك:

نَمِّ لُغتك، وارقَ بمستوى حديثك، من خلال استعمال كلمات مباشِرة، ولغة واضحة وملائمة، وتعلَّم باستمرار مفردات جديدة، وتجنَّب المصطلحات واللغة الخاصَّة مع مَن لا يفهمها، وأثناء كلامك قُمْ بإدخال وقفات طبيعيَّة، وابتعدْ عن إيراد الكلمات والأساليب والأصوات غير المفهومة، التي تُقلِّل من قيمة الكلام، وتقف عائقًا دون حدوث اتصال فعَّال.

٩ ــ اجعل مستمعك مهتمًّا بحديثك:

حافِظْ على تفاعل مستمعك واهتمامه بحديثك، ولا تَكتفِ بإشراكه في الجانب الفِكري فقط، بل اجعلْه يقع تحتَ تأثير المؤثِّرات المختلفة، حتى تتمكنَ من تحريك

المشاعر والعقول معًا؛ لأنَّ المستمع كلَّما كان منهمكًا معك أكثر، ومشاركًا بصورة أكبر، كلَّما زادتْ فُرَصُك في إقناعه والتأثير عليه.

ولذا فلا بدَّ من تجنُّب ما يعوق المحافظةَ على ذلك، والحِرْص على القيام بتطبيق مهارات تجذب المستمع، وتجعل رُوحَ التفاعل تسري في نفسه، من مثل إيراد القصص والأمثلة والأشعار، وطَرْح الأسئلة والألْغاز والطُّرَف، والقيام بحركات هادفة وجذَّابة، وإشراك المستمع ببعض الأنشطة، وطلب رفْع الأيدي حين الموافقة أو المخالفة، واستخدام بعضِ وسائل العَرْض، واستثمار الصوت، وتعزيز عملية الاتصال بالعَيْن، ونحو ذلك من الأمور التي تُبقي مستمعك دومًا في حديثك.

١٠ ــ كن مرحًا:

يُحبُّ الناس الفُكاهة، ويتعلَّمون أكثرَ من خلالها، ويزداد ارتباطُهم بالشخص المَرِح، وتتنافى ثقتهم وتعاطفهم معه، وقَبولهم لأفكاره أكثرَ مما لو قام بطَرحها بطريقة جادَّة...

فيجب الابتعادْ عن جفاف الأحاسيس، وزِدْ من مرحك، وابذلْ جهدًا واعيًا؛ لتجعل مَن تتواصل معه يستمتع بحديثك، ويقضي وقتًا جميلاً معك.

ومن أبرز ما يُعينك على ذلك: تعبيراتُ وجهك المبتسمة، وإيرادُ بعض القصص والمواقف الطريفة، ذات الصِّلة بالمستمعين وموضوع الحديث، قيامك بالاستفادة من تعليقات الآخرين في إدْخال جوِّ الطُّرْفة والمَرَح على حديثك.

١١ ــ دع الافتعال:

كن طبيعيًّا، صادقًا مع نفسك، عفويًّا، هادئًا، سامحًا لمشاعرك بالظهور، متحدثًا من أعماقك، مبتعدًا عن اصطناع المواقف، وافتعال العبارات، فذلك

سيُشعر مستمعيك بالبهجة، ويجعلهم يعتقدون بأنَّهم يتواصلون مع شخصية غير متكلِّفة...

١٢ ــ اضبط أحاسيسك:

قد يصدر من مستمعك ما يستفزُّك، فعندها دَعِ الغضب، واضبطْ أحاسيسك، وسيطر على انفعالاتك، وإيَّاك أن تفقدَ القدرة على التركيز في تفكيرك، فإنَّ ذلك سيدمِّر تواصلَك، ويفقدك الإيجابية وامتلاك رُوحِ المبادرة، والسيطرة على انفعالاتك، ويَحُول دون نُضْج طرْحك وتميُّز حديثك.

الهوامش:

[1] ــ راجع: **http://www.alukah.net/social/0/10211/#ixzz52IBgRmJT**

مفاتيج التواصل الفعال

خبراء التواصل اتفقوا على ان هناك نقاط هامة واساسية يجب توافرها في اجراء اتصال فعال مع الآخرين...

وخاصة في الشركات والمؤسسات على رائد الاعمال الناجح ان يتقن هذه الخطوات حتى يحافظ على نجاح منظومة العمل بالمؤسسة، كما عليه ان ينميها لدى من معه من موظفين.

وتبعا للنموذج الذي اتفق عليه خبراء التواصل، والذي اسموه **7Cs** فهو عبارة عن ٧ كلمات تختصر اهم ٧ مهارات للتواصل الفعال وهي كالتالي:

١ ــ عليك ان تكون واضحاClear :

رسالاتك او كلماتك لأي شخص سواء وجها لوجه او حتى عبر الرسائل الالكترونية او الخطابات، يجب ان تكون واضحة وبسيطة غير مبهمة ولا تحمل اكثر من معنى واحد.

٢ ــ اختصرConcise :

لا تسهب في الكلام للطرف الآخر وحاول ان تختصر حتى لا تبعث في نفس الطرف الآخر الشعور بالملل أو الضجر من الحوار معك. وحاول الا تشتت انتباهه في العديد من المواضيع بل كندائما حذرا ان يكون حوارك معه يدور حول نقطة واحدة تخدم هدفك الاساسي من الاتصال.

٣ ــ كن واقعياConcrete :

في حوارك مع اي شخص حاول ان تدعم اقاويلك بالدلائل والاحصائيات التي تثبت صحة كلامك فهذا بدوره يبعث ثقة كبيرة في نفس من يتحاور معك ليكمل الحديث.

٤ ــ كن صحيحاCorrect :

استخدم الالفاظ الصحيحة اثناء تواصلك مع الآخرين، سواء كتابة او وجها لوجه. ففي اثناء الكتابة قد يقع العديد منا في اخطاء املائية واخطاء قواعد، كما يكثر البعض من استخدام الكلمات العامية والمصطلحات الغير مفهومة.

٥ ــ كن متماسكاCoherent :

اعلم ان كلماتك التي تستخدمها تكشف جزءا كبيرا من شخصيتك امام الآخرين .فإذا لم تكن كلماتك مترابطة وداخل كيان متماسك تخيل كيف سيكون مظهرك امام من تتواصل معه ...؟

٦ ــ احرص ان تكون رسالتك كاملةComplete :

احرص دوما ان تكون رسالتك التي تكتبها او التي ترغب في توصيلها للطرف الآخر كاملة وتحمل كل ما تريد من معنى ومفهوم له.

٧ ــ كن ودودCourteous :

عند تواصلك مع الآخرين عليك ان ترسم ابتسامة لطيفة على وجهك تبعث من أول وهلة في نفس من يتواصل معك الطمأنينة والراحة والسكون. واحرص ان تجعل هذه الابتسامة طبيعية وعززها دوما بلطف ومعاملة ودودة. استخدم الفاظك بعناية وانتقيها بحكمة.

٨ ــ تواصل مع الآخرين كما ترغب في ان يتواصلوا معك(١).

فنجاح المرء في الحياة مرهونٌ بقدرته على الاتِّصال الفعَّال؛ إذ أثبتتِ الدراسات أنَّ ٨٥ % من النجاح يُعزَى إلى مهارات الاتصال، و١٥ % منه فقط تعزى إلى إتقان مهارات العمل، ولكي نتواصلَ مع الآخرين ببراعة لا بدَّ لنا من إتقان أساسيات التواصُل، والقيام ببناء المكوِّن الرئيس للاتصال الفعَّال، وهو كسْب المصداقية والثِّقة لدَى الآخرين، إذ لن يتواصلَ المستمع أبدًا مع المتكلم إذا لم يَثِقْ

به، ويعتقد أنَّ لكلامه مصداقية، ولن يكون الشخص ناجحًا في حديثه حتى يستطيعَ باستمرار بناءَ الثقة والمصداقية بما يقول..

الهوامش:

١ – راجع: **Read more: http://nwafz.fwasl.com/7-cs-to-active-communicate/#ixzz52I9sSjkG**

كيف نتعامل اتصالياً مع الإعلام؟

هناك صلة وثيقة بين الإعلام والاتصال، لأن الإعلام هو أحد أو الاتصال الجماهيري غير المباشر وأحد أوجه الاتصال الحديث الشبكي والاليكتروني والانترنت وغيره من وسائل الاتصال الحديثة، وهناك فوائد استخدام مهارة التفكير الإنساني الناقد مع وسائل الإعلام :

فالاتصال الإنساني يرتبط بالاتصال الإعلامي لدى الإنسان، ويمكن التعامل اتصالياً مع الإعلام من خلال عدة مدخلات، نعم التعامل الاتصالي مع الإعلام لأن الإعلام ما هو إلا اتصال عبر وسيلة إعلامية، أي اتصال غير مباشر، وذلك من خلال ما يلي:

١ ــ إن استخدام مهارة التفكير الناقد تسهم في بناء الوعي من أجل تجنب الوقوع في فخ التضليل الإعلامي، والإثارة الإعلامية، بل والتسمم، وتساعده على تجاوز سلبيات العمل الإعلامي، من خلال الاتصال المباشر مع لأجهزة الإعلام لتصحيح المفاهيم وتوضيح الحقائث مما يقلل الآثار السلبية للإعلام.

٢ ــ إن استخدام مهارة التفكير الناقد تساعد المتلقي على فرز المواد الإعلامية بين ما هو (سلبي ورديء)، وما هو (إيجابي ونافع)، وما (بينهما).

٣ ــ إن استخدام مهارة التفكير الناقد تساعد المتلقي أن يكون متلقياً إيجابياً،قادراً على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه.

٤ ــ في أوقات الحروب، والصراعات، والأزمات، والأحداث الكبرى حول العالم، تزداد

أهمية التفكير الناقد في التعامل مع وسائل الإعلام، وضرورة تفعيل هذه المهارة واستخدامها.

كيف نستخدم الاتصال ومهارة التفكير الناقد عبر وسائل الإعلام؟

بإمكاننا استخدم مهارات الاتصال والتفكير الناقد بتوجيه مجموعة من الأسئلة لكل عنصر من عناصر عملية الاتصال، حسب نموذج لازويل الشهير، الذي اقترح خمسة أسئلة للتعبير عن الاتصال هي:

١ ــ من؟

وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (المرسل وصانع المحتوى)

من هو المرسل وصانع المحتوى الذي قام بصنع هذه الرسالة وقام ببثها ونشرها وتوزيعها

وإذاعتها؟، وهل هو خبير ومطلع ومتخصص في مجاله؟، وهل يتمتع بالأمانة والعدالة والمصداقية؟

٢ ــ يقول ماذا؟

هل هو جهة رسمية حكومية؟ أم جهة تجارية؟ أم تجمع مهني؟ أم جمعية نفع عام؟ أم

غير ذلك؟، وما هي درجة الثقة بالمرسل وصانع المحتوى؟، وهي الأسئلة المرتبطة بمعرفة (الرسالة والمحتوى). وما هي مصادر المعلومات والأفكار في هذه الرسالة والمحتوى؟ وهل يمكن التحق من جديتها وصدقها؟.

٣ ــ بأية وسيلة؟

أين يتم صنع هذا المحتوى؟ ومن أين يتم بثه؟ هل هذه الرسالة والمحتوى خبر، أم رأي، أم حقيقة، أم انطباع، أم خيال؟، ما هي الوسيلة التي أرسلت بواسطتها الرسالة والمحتوى والمضمون؟، وهل لتقنيات الوسيلة دور في بناء الرسالة وصنع المحتوى مثل: الصورة: حجمها قريبة أم بعيدة – زاوية التقاطها – إضاءتها – ألوانها – المؤثرات البصرية عليها – سرعة حركتها.. الخ، والصوت: نوعية الصوت، والمؤثرات الصوتية، والموسيقى المصاحبة...

الخ. وهل مستوى الجاذبية في الوسيلة وتقنياتها وإبهارها هو الذي يدعوني للتعرض لمحتواها، وبغض النظر عن جودة المحتوى؟

٤ ــ لمن؟

ما هي جنسية المرسل صانع المحتوى؟ وما هو انتماؤه؟ ,من هو المسؤول عن المحتوى الإعلامي الذي يصنع الرسالة، ويصوغ أهدافها، ويرسم لها طريقها؟، و لمن؟ وهي الأسئلة التي تخص (المستقبل– المتلقي – الجمهور)، فمن هو الجمهور المستهدف بهذه الرسالة والمحتوى؟، وهل أنا من الجمهور المستهدف؟ وهل هذه الرسالة تعنيني؟ ولماذا؟، وهل صنع هذا المحتوى في الأصل لجمهور مختلف؟، ولماذا توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعي؟، هل توجه هذه الرسالة والمحتوى إلى مجتمعات أخرى وجماهير أخرى؟، و عندما أقرر أن أكون من الجمهور الذي يتعرض لهذه الرسالة والمحتوى فهل هذا له تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية؟، وهل أفراد الجمهور الذين لا يتعرضون لهذه الرسالة والمحتوى يتحملون تبعات قيمية أو أخلاقية أو معرفية مثلما تحملتها؟

٥ ــ وبأي تأثير؟

ما هي أهداف المرسل وصانع المحتوى، ما هو الهدف الذي كان يتوقعه مصدر الرسالة وصانع المحتوى؟ وهل تحقق ذلك؟، ولماذا يصرف على الرسالة ويمولها ويدفع تكاليفها، وهل أهداف المرسل تنمية المجتمع وتوعية المواطنين؟ أم الربح التجاري؟ أم أهداف أخرى؟، من هو المستفيد من هذه الرسالة؟، ماذا فهمت من هذه الرسالة والمحتوى؟، وبأي تأثير؟ وماهي الأسئلة المتعلقة بجوانب) النتيجة - الأثر – رد الفعل)، ما هي المعلومات والأفكار والقيم والتوجهات التي تحملها الرسالة والمحتوى؟، هل استفدت من هذه الرسالة في زيادة معرفتي أو تدعيم آرائي؟، هل دفعتني هذه الرسالة إلى اتخاذ موقف واضح أو الحكم على شخص أو قضية؟، هل تعرضي لهذه الرسالة أدى إلى لفت نظري وتشتيت

انتباهي عن قضية أو حدث آخر؟، وهل سأكرر التعرض لهذه الرسالة والمحتوى مرة، كيف أقوم بتوصيل رأيي وصوتي ووجهة نظري لمرسل الرسالة وصانع المحتوى؟، وما هي سياسة مصدر الرسالة؟، هل الأشخاص الآخرون فهموا نفس الفهم؟ وما هو فهمهم إذا كان مختلفا؟، هل له قيم معلنة، ومعايير مهنية واضحة، وسياسة إعلامية تتــميز بالشفافية؟، وهل تتعارض الرسالة والمحتوى مع الحقائق العلمية؟

ولذلك فإن مهارة الاتصال تساعد الإنسان على: كيف نمــيز بين الحقــائق التي يمكن إثبــاتها أو التحقق من صحتها وبين الادعاءات أو المزاعم الذاتية؟، ومدى اتفاقها واختلافها مع قيم المجتمع؟، وتؤكد لنا مهارات الاتصال على معرفة ما يبثه الإعلام، وما هي وجهة النظر التي عرضت من خلالها الرسالة والمحتوى؟، وضرورة عرض جميع الآراء ووجهات النظر؟، وهل كان المحتوى شاملا أم يعبر عن وجهة نظر معينة أو رأي شلذ أو طائفي أو فكري معين؟، كما تمكننا مهارة الاتصال من اكتشاف المحتوى الإعلامي للرسالة: وهل هناك تحيز وتحامل في الرسالة؟، وهل هناك مضامين مضمرة غير ظاهرة في الرسالة؟، وما هي المعلومات ذات العلاقة بالموضوع، وتلك التي أُقحمت على الموضوع، ولا ترتبط به؟، وهل هناك شيء محذوف تم استبعاده، ولم يظهر في الرسالة؟، وهل هناك تضليل إعلامي في الرسالة؟، وهل الرسالة جزء من حملة للدعاية أو البروباجندا؟، وهل عرض هذا المضمون في وسيلة أخرى وكان مختلفا، وهل تتضمن الرسالة إعلان وترويج تجاري مضمر وغير ظاهر؟...الخ من الاستنتاجات، والتي تؤكد أن هناك أهمية لمهارات الاتصال في فهم الرسائل الإعلامية.

مهارات الاتصال
والإعلام العولمي

فالإعلام في عصر العولمة قادر على تنمية التفكير الابتكاري عند الكبار وعند الأطفال، بما يبثه عبر قنواته المتعددة ووسائله المتشابكة من أفكار ومعلومات وقيم وقاعدة معرفية سريعة ومتطورة ومن حقائق، ونستطيع أن نرصد ما يقدمه الإعلام في عصر العولمة لتنمية المهارات والتفكير الابتكاري من خلال ما يلي:

ــ أن تعدد قنوات الإعلام المعاصر، من فضائيات وويب وإنترنت وشبكات محمول ومن ألعاب فيديو جيم وأتاري وألعاب إلكترونية، وغيرها يوفر للأطفال القاعدة المعرفية، وهي الأساس في كل عمليات التفكير عموماً، وبالتالي، التفكير الابتكاري على وجه الخصوص بطرح التساؤلات والقدرة على حل المشكلات، بشرط ألا يصبح الطفل أو الكبير مجرد متلقي للحدث غير قادر على التجاوب معه.

ــ أن هذه الوسائل الاتصالية الجديدة توفر للمتلقي الأسس العلمية الدقيقة للتفكير العلمي المنظم، بما توفره من خدمات علمية ومواكبة لأحدث التطورات، والذي يجعل ذهن الطفل متوقداً مطلعاً على أحدث التقنيات والاتجاهات العلمية، مما يجعله قاراً على التطوير، ومقبلاً على تفنيد ما سمعه بالإضافة والتطوير، وهذا هو أساس عملية الاختراع بتطوير ما نراه حولنا .

ــ جعل المتلقي متواكبا ومتواصلاً مع المخترعين والمبتكرين، بشكل مباشر أو غير مباشر، يساعد الطفل على التفكير الابتكاري، بطرح التساؤلات والعمل

على حل المشكلات المختلفة التي تواجهه، بالتواصل مع الآخرين، فالإعلام الحديث لم يجعل المتلقي مجرد مستقبل للرسالة الاتصالية فقط، بل هو يستطيع أن يكون مرسلاً أيضاً، أي فاعلاً بالتواصل مع الرسالة، وهذا ما ينمي التفكير الابتكاري عنده ٠

ــ إن ما تقدمه الوسائل الحديثة، مثل الإنترنت والفضائيات، من إمكانات تنمية المهارات المختلفة، مثل برامج الهوايات، واصنع بنفسك، وكن معنا، والأنشطة المتعددة، تجعل من الطفل مشارك في الحدث، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، عن طريق تنفيذ ما يسمعه، أو تقديم أفكار جديدة أو اقتراحات عديدة، تجعل الأطفال في حالة استنفار دائم، وفي حالة مشاركة فعلية، مما يزيد من قدراتهم المهارية وقدراتهم الابتكارية من خلال التفكير العلي المنظم ٠

ــ أن هناك قدوات متعددة، يقدمها الإعلام في عصر العولمة، للطفل، بعيداُ عن الأب والأم والمعلم، ومن هذه القدوات: قادة الرأي الذين يواجهون الجماهير لحل مشكلاتهم، والمذيعين والمذيعات في الفضائيات الذين يجذبون انتباه الأطفال بالقدرة الفائقة على التواصل، ثم المخترعون وصناع العلم الحديث، الذين يكونون قدوة هائلة أمام الأطفال لتقليدهم واتباع خطواتهم للوصول إلى مكانتهم العلمية، فكل من هذه القدوة تدخل في إطار النموذج الذي يساعد الأطفال على التفكير الابتكاري العلمي المنظم٠

ــ برامج المسابقات، التي تقدم المعلومات والمعرفة بشكل مشوق، وتقيم جسور التواصل مع المشاهدين، من أهم أسباب تنمية التفكير الابتكاري عند الأطفال، لأنها تقدم القاعدة المعرفية السليمة من خلال أسلوب مرغوب وهو أسلوب المسابقات، وإن كانت المعرفة هنا تتلف بالماديات، لأن المتسابق يسعى للكسب المادي، إلا أن القاعدة المعرفية والمعلوماتية التي يكتسبها الجميع تكون

الأساس في خلق التفكير الابتكاري لدى الأطفال والشباب، وبالتالي إتاحة الفرصة لهم للتواصل المعرفي بعد ذلك ٠

ــ تقديم الاكتشافات العلمية والاختراعات والابتكارات المختلفة من خلال الإنترنت ومن خلال الفضائيات، يسهم في تنمية المعرفة العلمية، وبالتالي يؤدي لتأصيل التفكير العلمي الابتكاري لدى الأطفال، ويساعدهم على التواصل مع الأفكار والمنجزات العلمية العالمية في مختلف المجالات ٠

ــ يساعد الإعلام العالمي في عصر العولمة من زيادة قاعدة المبدعين، سواء من زيادة فرص نشر إبداعاتهم، وزيادة مساحة قراءة أعمالهم الإبداعية، وسواء بتسليط الأضواء الإعلامية على أعمالهم الإبداعية، وسواء بتحويل أعمالهم الإبداعية إلى حلقات أو مسلسلات أو أفلام أو برامج تلفزيونية أو نشرها على وسائط إلكترونية مثل المالتي ميديا والفيديو جيم وغيرها، أو نشرها عبر شبكات الإنترنت، مما يسهم في تنمية قدرات المبدعين وزيادة مساحة الإبداع في عالمنا المعاصر ٠

ــ تحقيق التواصل مع كافة وسائل الاتصال الحديثة من أهم سمات عصر العولمة، ففي كل وسائل الإعلام هناك تواصل مباشر وغير مباشر، والبريد الإلكتروني، والصفحات عبر الإنترنت، والاتصال المباشر بالبرامج الفضائية، أتاح الفرصة الذهبية لتنمية المهارات وطرح التساؤلات أمام الجميع، مما يساعد على تنمية التفكير الابتكاري ٠

ويتضح مما سبق أن الإعلام في عصر العولمة أصبح إعلاماً معلوماتياً ومعرفياً جديداً ومتحركاً وسريعاً ومشبعاً لكل التطلعات والقدرات والمهام والمهارات والأفكار والمعارف وقادراً على جذب الانتباه لمتابعته وللاستفادة منه على أكل وجه عقلياً ومهارياً وفكرياً.

الإتصال والتواصل بين العرب في زمن العولمة :

نعرف جيداً مدى أهمية الإتصال والتواصل بين العرب في بلدانهم المختلفة للتغلب على التجزئة والتباعد في سبيل تجاوز المسافات النفسية الإجتماعية الفاصلة بينهم، وللمحافظة على الهوية وتثبيتها وعلى بث روح إحترام التعدّد وحق الإختلاف. غير أن ما نجده في واقع الأمر واطراداً بتقدم الزمن أن الحدود والفواصل المصطنعة بين البلدان العربية تزداد رسوخاً وكثافة كما لو أنها ستار حديدي في الوقت الذي تتعمّق العلاقات مع أوروبا وأمريكا في زمن

العولمة والثورة الإعلامية. لقد أصبحت العلاقات بين العرب في آخر القرن العشرين هزيلة للغاية، الأمر الذي يحدّ من إمكانيات تجاوز المسافات النفسية والإجتماعية، التي تفصل بينهم في أقطارهم المختلفة التي تدور كل منها في فلكها الخاص متأثرة بمركز الجاذبية في مجتمعات الغرب. أصبح لكل قطر عربي حصونه المغلقة ومؤسساته وفضائياته الإعلامية الخاصة، ونظامه التربوي، وتوجهاته، ومنشوراته، وارتباطاته، وبل التزاماته، منفردة مع الخارج. ولا تقتصر الأنظمة العربية على ممارسة الرقابة والمصادرة في الداخل بل تضاعف منها بين الأقطار العربية حتى أصبح التبادل الثقافي محدوداً لدرجة شبه الإنقطاع والعزلة. يشكو المفكرون العرب في كل بلد عربي بصورة عامة عدم وجود اهتمام بإنتاجهم، ويشكون الحصار الداخلي والخارجي. فالمفكر في المغرب يشكو عدم اهتمام المشرق بإنتاجه، والعكس صحيح أيضاً، ويشكوان معاً قلة إهتمام مصر بما هو إنتاج غير مصري. بذلك نلمس ميلاً متعاظماً نحو عزلة ثقافية رغم محاولات عابرة. ومن مظاهر ذلك أننا أصبحنا نتكلم على أدب قطري على حساب القول بالأدب العربي، فتكثر الإشارات ليس إلى الأدب المصري فحسب، بل إلى الأدب الأردني واللبناني والكويتي والعماني والسعودي والبحريني والقطري واليمني والتونسي... إلخ. ولابد أن نحترم ذلك، ولكن هذه

الظاهرة تعبير عن الجفاء والتباعد العربيين. ولا تقتصر المشكلة على الثقافة والمثقفين، بل تتعدّى ذلك إلى التبادل الإقتصادي والسياحي ومجالات السفر والإقامة والعمل .وحيث تتوفّر فرص العمل كما يتجلى ذلك من خلال هجرة العمال من مصر ولبنان وسورية والأردن وفلسطين واليمن إلى البلدان العربية المنتجة للنفط، نجد أن مزيداً من الحواجز تمنع من ذلك لوجود سياسة لإستبدال العمال العرب بالأجانب من بلدان آسيوية. وحين تتمّ هذه الفرص نجد أن اللقاءات قد تؤدي بسبب ظروف العمل إلى مزيد من التباعد بدلاً من التقارب، وبل إلى تثبيت الصور السلبية المتبادلة المسبقة في الأذهان. وقد أصبح السفر بين البلدان العربية أصعب من السفر إلى بلدان أجنبية، ومن المظاهر المقلقة والمذلّة أن بعض العرب اكتشفوا أن سفرهم بجوازات أجنبية إلى بلدان عربية أخرى يجنّبهم التأخير وإساءة المعاملة على الحدود وفي المطارات. بل إن السفر بجوازات أجنبية) كالجوازات الأمريكية والأوروبية) يؤمّن لهم الإحترام والتكريم. وعلى العكس من ذلك، عندما يلتقي العرب خارج هذه الأطر الرسمية، كثيراً ما يكون اللقاء ودياً وحاراً كأنما يكتشف كل واحد منهم في الآخر جذوره وانتماءه الأوسع، مما يثبّت من شعورهم بانتمائهم العربي. وبين أهم ما يتم اكتشافه في مثل هذه اللقاءات أن المعاناة واحدة في الكثير من مضامينها وأشكالها ومسبّباتها .وهذا ما يحدث أيضاً في اللقاءات التي تتمّ بين العرب في أوروبا وأمريكا .وبالفعل، هناك تشوّق من قبل العرب كشعب وجماعات وأفراد للتعرف بعضهم إلى بعض ولمواصلة التفاعل والتبادل والحوار، غير أن الأنظمة والأوضاع السائدة تصرّ على الحدّ من ذلك. إن وسائل الإتصال بين العرب في عصر العولمة والثورة الإعلامية محدودة والرقابة راسخة، والحواجز عديدة بتعدّد الأقطار والأنظمة. لذلك تهزل معرفة العرب بعضهم ببعض وتتباعد المسافات النفسية والإجتماعية فيما بينهم، على عكس ما يتمنّون لأنفسهم وغيرهم.

الشخص الذي يملك مهارات الاتصال كالمسئول الإعلامي

ـــ كن دائما قادر على الاتصال كمسئول إعلامي عن نفسك وعن مجتمعك وبيئتك:

فلا تستطيع أي مؤسسة حكومية كانت أم خاصة التخلي عن وظيفة المسؤول الإعلامي، وذلك لدوره الكبير والفعال في الترويج للمؤسسة من خلال إبراز أنشطة ونجاحات المؤسسة في مختلف المناسبات.

فهو يقوم بدور حلقة الوصل بين المؤسسة وعامة الناس؛ لذلك تحرص المؤسسات الكبيرة والصغيرة أيضاً على اختيار الشخص المناسب لهذه الوظيفة حتى إن تطلب ذلك زيادة الراتب المخصص لهذه الوظيفة.

إذا ما كنت أحد هؤلاء المحظوظين أو لديك الرغبة في العمل بهذه الوظيفة، فإليك عشرة نصائح تمكنك من أداء عملك بشكل أكثر مهنية وفاعلية وتقودك نحو النجاح الإعلامي الوظيفي.

١ ـ تعرف على أهداف المؤسسة:

من المهم جداً والبديهي لأي مسؤول إعلامي أن يطلع على الوصف الوظيفي الخاص بالعمل الذي التحق به مؤخراً، و ألّا يعتمد على ما هو متعارف علية في الوسط الإعلامي. فكل مؤسسة تركز بشكل أو بآخر على جزئية إعلامية معينة.

فهناك من يركز على نشر أخبار المؤسسة في الصحف ومنهم من يفضل التلفاز وآخرون يحبون نشر فيديوهات قصيرة على الإنترنت، ومنهم من يركز على الصور الفوتوغرافية لتضفي الحيوية على التقارير الجافة التي ترسل للمدراء

بعد كل نشاط. قيامك بهذه الخطوة سيسهل مهمة وضعك لخطة عمل ناجحة تتماشى مع أهداف المؤسسة وتحقق الهدف من منحك هذه الوظيفة أيضاً.

٢ ـ حاول إتقان العديد من المهارات الإعلامية

عليك كمسؤول إعلامي أن تكون قادراً على التعرف على معظم المهارات الإعلامية المختلفة كالتصوير الفوتوغرافي والفيديو والكتابة الأخبارية والتصميم والمراسلات الصحفية وكتابة التقارير وإعداد المطبوعات بأنواعها كالكتب والمجلات والبروشورات وغيرها.

وهذا لا يعني أن تقوم بعملها بنفسك، ولكن يتوجب عليك معرفة شيء عن كل شيء في المجال الإعلامي، لأن هذا سيساعدك على ممارسة عملك بسهولة وتكوين صورة الموظف المتخصص لدى زملائك، وخاصة إذا كنت إعلامياً بالخبرة وليس بالشهادة.

٣ ـ التميز بمهارات إعلامية محددة

قد تفرض عليك طبيعة العمل كمسؤول إعلامي أن تتعرف على الكثير من المهارات الإعلامية، لكنه في نفس الوقت يتوجب عليك التخصص والإبداع في مجال واحد على الأقل بحيث يمكنك من التميز و إبراز وتنمية مواهبك الخاصة.

فالكثير من الإعلاميين نجحوا بشكل ملفت عندما تخصصوا في جزئية معينة في الفضاء الإعلامي. وتذكر دائماً أنك لن تستمر في وظيفتك الحالية مدى الحياة، لذلك يتوجب عليك التركيز على جزئية معينة تحترفها لتكون هي أساس نجاحاتك المستقبلية.

٤ ـ احرص على تلبية توقعات مسؤولك المباشر وزملائك

قد تكون هذه المهارة غريبة بعض الشيء، لكن الواقع الوظيفي لا يدع مجالاً للشك في فاعلية هذه المهارة التي تتسبب في نجاح أو فشل الكثير من الموظفين. فتلبية التوقعات تعتبر من الأولويات لدى جميع الموظفين ومنهم المسؤول الإعلامي أيضاً.

فكل من مديرك المباشر وكذلك زملائك، تكون لديهم صورة نمطية تشكلت مسبقاً عن الدور الخاص بالمسؤول الإعلامي في المؤسسة، لذلك لا تحاول تغيير تلك الصورة بسرعة بل احرص على تلبية ما يتوقعه منك الآخرون لكي تتمكن من بناء انطباع إيجابي أولي يكون بداية متينة لطريقك نحو النجاح.

٥ ـ العمل الجماعي ثم العمل الجماعي

في كثير من الأحيان يكون للمؤسسة موظف واحد فقط يقوم بكل المهام الإعلامية، وخاصة في المؤسسات المتوسطه والصغيرة .فكونك المسؤول الإعلامي الوحيد لا يعني أنك ستكون قادراً على عمل كل شيء، ولا يعني أيضاً أنك الوحيد الذي يفهم هذا المجال بشكل كامل.

لذلك لا تستهن بمشاركة زملائك في التخطيط والتنفيذ للأنشطة الإعلامية، والتي عادة ماترتبط بشكل كبير بعمل الأقسام الأخرى داخل المؤسسة. فعندما تقرر –مثلاً– نشر خبر في الصحف حول نشاط ما للمؤسسة، فعليك مراجعة الصيغة النهائية للخبر مع مدير القسم الخاص بهذا النشاط، ومراجعة الميزانية المخصص لذلك مع قسم المالية – أخبار المؤسسات الخاصة لا تكون مجانية– وهكذا يجب عليك دائما أن تكون على أتم الاستعداد لاستماع أفكار زملائك ومناقشتها بموضوعية.

٦ ـ احرص على التجديد ومواكبة العصر

مفهوم طبيعة عمل المسؤول الإعلامي يتطور دائما تبعاً لتطور وسائل الإعلام، لذلك يجب عليك أن تداوم على تطوير مهاراتك بما يواكب التطورات السريعة في هذا المجال. وبالتأكيد لن تستطيع تجاهل مهارات الإعلام الجديد لأنها من المهارات المشترط توافرها في المسؤول الإعلامي في الخمس سنوات الأخيرة تقريباً، وإلا فستجد نفسك خارج المؤسسة بحجة أنك (دقة قديمة.)

٧ ـ تريث في إحداث التغيير

هناك خطأ شائع يقع فيها الكثير من المسؤولين الإعلاميين الجدد، وهو التسرع في إحداث التغيير في عمله الجديد .ولكن الخبرة والواقع ينصحون بغير ذلك. فمن الأفضل أن يقضي الموظف الأسابيع الأولى في التعرف على نمط العمل واستكشاف أسراره، مع الحرص على إنجاز الأعمال الاعتيادية فقط لأن هذا سيجنبه الدخول في صراعات – هو في غنى عنها – مع مقاومي التغيير في أي مؤسسة.

وكذلك قد يتسرع الإعلامي الجديد في طرح أفكار وطرق لا تناسب المؤسسة الجديدة فتكون نتيجة ذلك الرفض المستمر الذي قد يؤثر سلباً على حماس ونشاط الموظف الجديد. وعليه أنصحك ألا تغامر في خوض تجربة التغيير في وقت مبكر. أما إن صح لي اقتراح وقت مناسب للتغير، فأنصحك ألا تقوم بالتغيير بعد أقل من ثلاثة أشهر والتي في الغالب تكون فترة تجريبية للموظف الجديد.

٨ ـ تصيد المناسبات لتقديم المفاجآت

الإعلامي الناجح –كالملاكم الناجح– فهو يعرف متى يضرب ضربته القاضية في الوقت المناسب. بمعني أنه يتوجب عليك التخطيط بشكل ذكي وتصيد الأوقات المناسبة لتقديم اقتراحاتك أو عرض إنجازاتك. فالشيء المبهر قد يفقد جماله إذا ما تم تقديمه في الوقت أوالمكان الخاطئ. وتذكر أن الولادة في غير وقتها قد تتسبب بتشوهات خلقية غير مرغوب فيها.

٩ ـ ابن علاقات واسعة وصحية

احرص دائماً على أن تكون ممن يبنون جسور التواصل مع الآخرين سواء داخل المؤسسة أو خارجها. فللعلاقات مع الجهات الإعلامية المختلفة كالصحف والإذاعات والقنوات التلفزيونية المختلفة التوجهات والاهتمامات أثر ايجابي على أدائك، وهذا يمنح أيضاً فرصاً أكثر لوصول اسم مؤسستك لأكبر شريحة ممكنة من الجمهور. أما حرصك على الظهور في منبر إعلامي واحد فقط قد يثير

الشكوك حول تحيزك –لطرف ما– وهذا مالا تستطيع الدفاع عنه مهما حاولت الى ذلك سبيلاً.

١٠ ـ الشهرة للجميع

على الأرجح يتصدر المدير أو المسؤول الإعلامي للمؤسسة الظهور في وسائل الإعلام المختلفة، ولكن بما أنك إعلامي مختلف عن الآخرين، فأنصحك بالحرص على نشر التصريحات الإعلامية تحت أكثر من اسم، وألا تحتكرها لنفسك أو مديرك. لأن هذا العمل سيكسبك ود الكثير من زملائك وسيدفعهم للتعاون معك بشكل أكبر، فلا شيء يوازي الشعور بالشهرة ولو للحظات. وتذكر أن القليل من الشهرة لزملائك لن يفقدك عملك بالتأكيد.

أخيراً: هذه الحزمة من المهارات المختلفة بالتأكيد سيكون لها التأثير الإيجابي على عملك إذا ما خططت لتنفيذها بشكل يتناسب مع طبيعة رؤيتك الخاصة للإعلام وطبيعة أدائك للعمل. ولا تنس أن الإعلامي الناجح لا يتخلى أبداً عن عاملين مهمين في أداء عمله.. هما التجديد والإبداع.

مهارة كتابة السيرة الذاتية

من أهم مهارات الاتصال الحديثة، هي مهارة وفن: فن كتابة السيرة الذاتية، وهذا الفن لا يعبر عن نرجسية ولا على تعظيم الأنا في النفس البشرية، بل أن السيرة الذاتية هي تواصل بين الشخص والأشخاص الآخرين، وبينه وبين البيئة التي يعيش فيها أو يعمل فيها، وبينه وبين المجتمع، بل بينه وبين الإنسانية جمعاء من خلال التواصل عبر شبكات الإنترنت والويب والتواصل الاجتماعي...

فالسيرة الذاتية هي أسلوب مهم للتواصل: الشخصي، المباشر وغير المباشر، الوظيفي والاجتماعي والعلمي والبيئي والإنساني، ومهم جداً لتقديم قاعدة معلومات أساسية عن الشخص في مجتمع المعلومات التي نعيش فيه، فلا يوجد بديل مناسب، من أجل التواصل بين الشخص ومجتمعه إلا عن طريق تقديم سيرة ذاتية، تغني القاريء عن وقت طويل في سماع الحكايات والتاريخ والتحرى عنها بكل صدق، والبحث عن حقيقتها بكل صراحة ووضوح.

والسيرة الذاتية ضرورية في عصر اليوم للتعارف بين الأشخاص ومعرفة جذورهم وتاريخهم وقدراتهم وإنتاجهم، للتواصل الاجتماعي أو الوظيفي أو الإنساني، فهي تجمع بين الحقيقة والشخصية، وتجمع بين التاريخ والحاضر، وتجمع بين الشخصية الاجتماعية والشخصية الإنسانية، وتجمع بين الحقائق والمعلومات...

السيرة الذاتية:

هى تقرير ذاتى يكتبه الشخص عن ذاته بنفسه. أو هى عبارة عن تاريخ حياة الفرد كما يدونها بنفسه.وتشمل السيرة الذاتية للفرد تاريخه الأُسرى، وتطور

حياته، وفلسفته فى الحياة، وقيمه واهدافه وميوله واتجاهاته وخبراته، كما تتضمن تحليل الفرد لشخصيته ونموها والعوامل المؤثرة فيها.

وتعتبر السيرة الذاتية إحدى الوسائل الثانوية للحصول على المعلومات، إذ يكشف الطالب عن جوانب من ذاته فى سيرته الشخصية أكثر مما يتسنى لغيره معرفته عن طريق ما يجمعه عنه من البيانات بالأساليب العادية، فالسِيَّر الشخصية تكشف دائماً عن أنواع المعلومات المتعلقة بماضى الطالب، إذ أنها تدفعه إلى التفكير فى نفسه بعمق واستقصاء أكثر من المعتاد، كما تكشف عن السلوك والاتجاهات التى تكمن خلفه.ويكشف الفرد بكتابة سيرته الشخصية أو تاريخ حياته أشياء كثيرة ربما لا يكشف عنها بطريق آخر، إذ تسمح له الكتابة، أن يختار من بين خبراته والحوادث الهامة التى مَرَّ بها، وينظمها التنظيم الذى يرتئيه، فيعرض منها ما قد يعجز عن تذكره فى المقابلة أو ما قد تعجز الاستفتاءات عن المساس به. وتمتاز السيرة الذاتية أنها تنبع من باطن الفرد، ففيها التلقائية التى يندر وجودها فى وسائل جمع المعلومات الأخرى.

*** أنواع السيرة الذاتية:**

١- السيرة الذاتية الشاملة: وتشمل مدى واسعاً من الخبرات فى مدى زمنى طويل من حياة الفرد.

٢- السيرة الذاتية حول موضوع: وتشمل موضوعا محدداً أو خبرة معينة.

٣- السيرة الذاتية المحددة: ويحدد فيها الخطوط العريضة والموضوعات الرئيسية والمسائل الهامة المطلوب الكتابة عنها، وبعض الأسئلة، وذلك لاستثارة الفرد وتوجيهه إلى المعلومات الهامة، ويفضل هذا النوع فى حالة الأفراد الذين ليس لديهم الطلاقة اللغوية الكافية، ويفضل أيضا فى مجال الإرشاد التربوى والمهنى، وفى طريقة الإرشاد الجماعى.

٤- السيرة الذاتية غير المحددة (الحرة): يطلب فيها من الفرد كتابة قصة حياته بحرية تامة. ويفضل هذا النوع فى مجال الإرشاد العلاجى فى طريقة الإرشاد الفردى.

* مميزات السيرة الذاتية:

١- تعتبر وسيلة اقتصادية سهلة التطبيق، ويمكن استخدامها كوسيلة جماعية مما يوفر بعض الوقت للمعلم/ المرشد.

٢- تصلح للاستخدام مع الطلاب الذين يعانون من مشكلات لغوية أو نطقية.

٣- تيسر الحصول على معلومات غنية عن الجانب غير الظاهر من شخصية الطالب التى قد لا تكشفها الوسائل الموضوعية (كالاختبارات والمقاييس).

٤- تتيح فرصة اظهار معلومات يحول الكلام اللفظى دون إظهارها وخاصة فى المقابلة وجها لوجه.

٥- تصلح أكثر من غيرها من الوسائل بالنسبة للطلاب الذين يفضلون الكتابة عن أنفسهم أكثر مما يتكلمون عنها.

٦- تدعم المعلومات المستمدة منها، المعلومات التى يتم جمعها بالوسائل الأخرى.

٧- تفيد دراسة شخصيات الطلاب ذوى الحاجات الخاصة كالمبدعين والموهوبين والكشف عنهم فى وقت مبكر.

* ملاحظات حول السيرة الذاتية:

١- تشبعها العالى بعامل الذاتية، ونقص معامل الصدق والموضوعية فيها.

٢- تردد بعض لطلاب فى الكتابة، وحذفهم بعض المعلومات التى يخشون تدوينها على الورق.

٣- يتخللها بعض الخيال أحيانا، وتتأثر بما يشاهده الطالب فى وسائل الإعلام كالتلفاز والسينما والمسرح.

٤- لا تصلح فى حالات الأطفال الصغار.

٥- قد يصعب تفسيرها وتحليلها، وبخاصة إذا كان الطالب مشتتا لا ينظم ما يكتب.

إذن، فلابد لكل شخص أن يكتب سيرته الذاتية، بل ولابد لكل شخص أن يتعلم فن ومهارات كتابة سيرته الذاتية، وتكون جاهزة معه، وعلى الشبكات المعلوماتية والاجتماعية، من أجل تقديم نفسك للناس وللمجتمع وللإنسانية، من أجل المعلوماتية والتواصل الفعال والاتصال عبر الزمان والمكان.

أهمية السيرة الذاتية في الاتصال الفعال:

ترجع هذه الأهمية أننا في عصر المعرفة والمعلومات، والإنسانية كلها في حاجة للتعارف والاتصال المباشر أو الاتصال عبر الشبكات، وهذا ما يؤكد أهمية وحيوية وضرورة تعلم مهارة كتابة السيرة الذاتية، بل وتحديثها باستمرار، وترجع تلك الأهمية للأسباب التالية:

١ ــ أنها شاملة، فتتضمن كافة جوانى الشخصية لصاحب السيرة الذاتية، من شخصية واجتماعية وعلمية ومهاراتية.

٢ ــ أنها موجزة، فهي تقع في صفحتين أو ثلاثة ولا تزيد أبداً عن خمسة ــ في أغلب الأحيان ــ من أجل عدم إصابة القاريء بالملل، وتركيزه في أساسيا الشخصية صاحبة السيرة الذاتية، وفن الإيجاز أو الاختصار فن مهم جداً سوف نتحدث عنه.

٣ ــ أنها حيوية غير جافة، تنطق بالصدق والحق، فهي تعبر عن موجز لحقائق حياة الشخص صاحب السيرة، فهي مكتوبة بتركيز شديد ووضوح تام، إنها مجردة لا بها قصص، ولا بها عواطف شخصية، إنها حيوية ممجردة وحقيقية.

٤ ــ تتميز السيرة الذاتية بالترتيب المنطقي، نعم، فهي مرتبة ومتسلسلة والبند يمهد لما يليه بصورة تصاعدية منطقية.

٥ ــ تبدأ السيرة الذاتية من الأقدم باختصار إلى الأحدث بشيء من التوضيح والتأكيد، على الحقائق التفصيلية عن حياة صاحب السيرة الذاتية وقدراته ومهاراته.

٦ ــ تجمع بين الكلام عن الشخصية، وصورة صاحب السيرة، وفي ذلك تتلاقى الحيوية مع المعلومات فتؤثر في المتلقي، وتعطيه الإطار الصحيح للحكم على الشخصية صاحبة السيرة التي أمامه على الورق أو على صفحات النت.

٧ ــ السيرة الذاتية لا تثير الشك ولا التساؤلات، فهي شاملة رغم إيجازها واختصارها، فقد تتطلب المزيد من الحقائق، ولكنها لا يمكن أن تحقق الشك في صدق المعلومات الموجودة بها، ولذلك يجب تحيث الصورة وتحديث المعلومات أولاً بأول، حتى تتميز السيرة بالصدق النسبي.

٨ ــ السيرة الذاتية من أهم وسائل الاتصال والتواصل الفعال، لأنها تعبر بصدق وسرعة عن الشخصية الإنسانية لصاحب السيرة الذاتية.

فن كتابة السيرة الذاتية:

كما قلنا، إنها فن ومهارة وقدرة، قبل أن تكون كلمات وصور، فالسيرة الذاتية وكتابتها مهارة تحتاج إلى الدقة والتركيز والتسلسل المنطقي والتتابع والانتقال بحرفية من نقطة لأخرى ومن موضوع لآخر، مع الاختصار والتلخيص المركز، بدون أن نمس الشمول المطلوب لمختلف جوانب حياة صاحب السيرة الذاتية.

كما أن السيرة الذاتية لها أهمية كبيرة في الحصول على فرصة عمل مناسبة. كثيراً ما يواجه حديثي التخرج مشكلة عدم علمهم بأسلوب كتاب السيرة الذاتية و

لا أدري لماذا لا تقوم الجامعات بهذا الدور كما يحدث في الخارج. أحاول هنا تسجيل بعض النقاط الهامة من وجهة نظري وخبرتي الشخصية

أولا: **يجب أن تعرف الفرق بين (CV) و (Resume)**

CV: Curriculum Vita = السيرة الذاتية التفصيلية – ثلاث ورقات على الأكثر

Resume = سيرة ذاتية ملخصة – ورقة واحدة

ثانيا: السيرة الذاتية هي وسيلتك لتعريف الناس بك:

فمن المهم أن تدوِّن فيها كل ما قد يؤثر على قرار اختيارك وأن تكون مستوفية للبيانات الأساسية. وبالتالي فأي سيرة ذاتية لابد و أن تحتوي على بيانات شخصية، التعليم، خبرة العمل، اللغات، معلومات إضافية. قد تضاف أقسام أخرى مثل التدريب، المهارات الشخصية، الأبحاث والمطبوعات.

كتابة قسم صغير في بداية السيرة الذاتية مكون من جملة توضح ما تهدف إليه مثل: الحصول على وظيفة مهندس في مجال الاتصالات

ثالثا: عند إعداد سيرتك الذاتية:

للتقدم إلى وظيفة ما يجب عليك أن تضع في اعتبارك إمكانية قرأتها في زمن لا يزيد عن ٣٠ ثانية وهي الزمن الذي سيحدد خلاله مسؤل الموارد البشرية: هل سيرتك الذاتية تصلح للوظيفة أم لا؟

رابعاً: يفضل أن يكون عنوان السيرة الذاتية:

هو اسمك وتحته مباشرة عنوانك والتليفون والبريد الإلكتروني، مع ملاحظة أن البريد الالكتروني يجب أن يكون جاد في تسميته وليس به شئ من التهريج حتى تشعر من يقرأ سيرتك الذاتية أنك شخص جاد.

خامساً: أبدأ سيرتك الذاتية بخبراتك:

وما تعرف أن تقوم به، وما قد مارسته عمليا، ثم قم بكتابة الدورات والشهادات التي حصلت عليها، ثم بعد ذلك الشركات التي عملت بها، ونوع وطبيعة العمل إن وجد،ثم في النهاية قم بكتابة بياناتك الشخصية وهذه هي أحد انجح الاستراتيجيات للوصول إلى هدفك عند كتابة السيرة الذاتية.

إذن السيرة الذاتية تتكون من الأجزاء التالية:

ـــ ضع صورة حديثة لك في الجانب العلوي الأيسر من أو ورقة.

ـــ إبدأ بصفاتك العامة ومنها الاسم بالكامل وتاريخ الميلاد ومكانه والحالة الاجتماعية من أعزب أو متزوج، أو متزوج ويعول..

ـــ ثم تحدث عن الحالة العلمية ومؤهلاتك العلمية المختلفة قديمها فأحدثها.

ـــ ثم تناول خبراتك الوظيفية الأقدم فالأحدث.

ـــ ثم تناول مهاراتك وإمكانياتك ومواهبك التي تجيدها بالفعل.

ـــ ثم تناول عنوان سكنك وتليفوناتك الشخصية المحمولة والمنزلية.

مهارات المقابلات وكشف الهيئة

يسميها البعض الأنترفيو، وهي نوع من الاتصال المباشر يتعرض لها الشباب في مقالات العمل أو كشف الهيئة في الالتحاق بالكليات العسركية أو الشرطية، فهي اتصال مباشر ولابد من اكتساب مهاراتها للنجاح وعدم الإخفاق:

الانترفيو The Interview

المقابلة لها نوعين – تقنية (فنية) و شخصية. الاولى يكون موضوعها الجوانب الفنية والثانية يكون موضوعها اكتشاف شخصية الشخص المرشح للانضمام للشركة . وطبعا كالعادة الموضوع مدارس، وقد يضاف انترفيو ثالث مع مدير الفرع أو مدير الشركة.

وبوجه عام الكلام كثير عن الانترفيو، ولكن ببساطة المهم تبقى مهاراتك الفنية كويسة وفي نفس الوقت مهم أن تكون هادئ وتُبين للناس أنك عندك شخصية. وأهم حاجة تكون ناصح في الكلام وتتحاشى ذكر عيوبك الفنية، بل وترد بثقافة على الاسئلة – ومفتاحها هو التعلم والقراءة من على النت كثيرا عن خبرات الناس مع الانترفيو. وبالتالي كمان عامل المفاجأة تكون قهرته. ((كل ما تقرأ أكثر كل ما تزداد قيمتك))، وكل أنواع المقابلات يتطلب مهارات الاتصال الجيدة، وسنتحدث هنا عن الانترفيو التقني Technical Interview

وموضوعه اختبار المتقدم في الجوانب الفنية ومعرفة مدى معرفته (وعُمق هذه المعرفة) بمتطلبات الشركة وبالتقنيات التي تعمل بها الشركة. ومعرفة مدى قابلية هذا الشخص لتعلم تقنيات جديدة بمرور الوقت حسب متطلبات الشركة، ومدى قدراته العقلية والذهنية.

طبعا فيه أساطير عن الانترفيو و كلام كثير. أقله: هو إن إحنا خريجين جدد والمتوقع عن معرفتنا إنها متواضعة. لأ!! لأنك المفروض أن تتقن مثلا لغة السي شارب وتعمل بها مشاريع صغيرة و تصقل معرفتك بها بالقراءة الكثيرة والتدريب المكثف ولو كنت خريج جديد إلا أنك تكون متقنها تماماً. ولا تتحجج بأنك خريج جديد. لأن الخريجين من الجامعات الاخرى مستعدين تماماً و بالتالي المكان ليس لك وحدك.

طبعا الانترفيو يتدخل فيه عوامل إنسانية مختلفة عن الاختبار الورقي، فالمقابلة بين شخصين لاول مرة والمهندس الذي سيقوم بمقابلتك بشر في النهاية. والنصيحة هنا هي أن تحاول أن تتماسك و لا تُستفز (بعض الممتحنين يتعمدوا استفزازك ووضعك تحت ضغط نفسي لمعرفة كيفية تصرفاتك تحت ضغط – تخيل إنه عايز يعرف عنك حاجات كثير ومنها إذا كنت تعرف تشتغل تحت ظروف مختلفة في ساعة واحدة بس!!!). لانه في النهاية لا يريد مجرد المعرفة الموجودة لديَّ فقط – لأ طبعا – لأننى سأصبح عضواً في الفريق فإذا كنت مثيراً للمتاعب أو شخص ضعيف أو متردد أو مستهتر فسينعكس هذا على الفريق كله.

المهم هنا هو أنك ممكن تتعرض لكل أنواع الإهمال والإستفزاز والتشكيك في قدراتك ولابد وأن تتماسك جيدا أمامه. و لا تنجر الى العند.

ـ استعد للمقابلة الشخصية الفعلية بمهارات الاتصال الفعال :

تدرب على إجاباتك عن الأسئلة المألوفة. وبالمثل أعد قائمة بالأسئلة التى تريد طرحها على صاحب العمل. معظم المقابلات الشخصية تأخذ الشكل التالي: أولا: أنت تجيب عن أسئلة خاصة بخبراتك ومؤهلاتك، ثم ثانيا: أنت تسأل أسئلة حول الوظيفة .

تدرب على المقابلة الشخصية مع صديق. يجب عليك توصيل كل المعلومات الهامة عن نفسك خلال ١٥ دقيقة. سجل هذا الشرح لتراجع الكلمات التى تستخدمها، وسرعتك وحركاتك الجسمانية .

قم بإعداد مادة المقابلة الشخصية قبل أن تخرج. احضر معك العديد من النسخ من سيرتك الذاتية، وقائمة بالأشخاص الذين يمكن الرجوع إليهم، وإذا كان ملائما، نماذج من أعمالك. تأكد أن كلها حديثة .

التزم المظهر الوقور والمهني في ملبسك ولكن كن مرتاحا فيه. سيتم الحكم عليك في بعض الجوانب من مظهرك. إذا كنت غير واثق مما تلبس، فالبس ما يبدو ملبسا محافظا .

بالنسبة للسيدات :

بذلة العمل البسيطة هي الأفضل .

حذاؤك يكون مظهره معقولا .

الاعتدال في المكياج والعطور .

الحلي تكون بسيطة .

بالنسبة للرجال :

من الضروري أن يكون القميص نظيفا مكويا، ورباط العنق محافظا .

المفضل ارتداء سترة بسيطة أو بذلة عمل .

الحذاء لامع .

الوجه حليق ويجب تهذيب شعر الوجه .

الشعر مصفف بعناية والأظافر مقلمة .

استخدام رائحة الكولونيا أو ما بعد الحلاقة بدون إسراف .

خذ معك قلما ونوتة للكتابة حتى تستطيع تدوين أي معلومات تحتاج إلى تذكرها (ولكن لا تأخذ هذه الملاحظات معك في المقابلة الشخصية).

ـ النصائح الذهبية للقائمين على المقابلات الشخصية

أظهرت دراسة حديثة من جامعة "هارفرد" أن ما نسبته ٨٠% من مجمل عمليات التغيير فى الطاقم الوظيفى جرت نتيجة لأخطاء فى عملية التوظيف أى نتيجة لتعيين الموظفين فى المكان غير المناسب لهم؛ لذا فوراء كل موظف ناجح مدير محترف لديه من الخبرة العملية ما يمكنه من اختيار موظفيه بفعالية، فالشروط قائمة فى اختيار الموظفين والمدراء على السواء خاصة لتولى مهام اختيار وتعيين الموظفين الجدد.، فإذا كنت مسئولاً عن قسم الموارد البشرية فى شركتك فاطلع على النصائح التالية لتساعدك فى رحلة البحث عن موظفين:

*** البداية:**

الخطوة الأولى التى يتحتم عليك القيام بها كمدير للموارد البشرية هى التمعن فى الوظيفة ومطالبها ؛ حيث يعمد أصحاب العمل فى غالب الأوقات على إرتكاب خطأ عدم إطلاعهم بشكل دقيق و تام على متطلبات الوظيفة، مما يجعلهم يعتمدون بشكل كبير على أمور بدائية مثل حدسهم فى اتخاذ القرارات الخاصة بالتعيين، وفيما إذا كان الشخص الجالس أمامهم مناسب لشغل المنصب التى بحوزتهم أم لا.

*** استعد:**

كونك مدير للموارد البشرية لا يقلل من أهمية الاعداد المسبق لإجراء المقابلات الشخصية للمتقدمين للتوظيف، كما أن الخبرة تحتم عليك المزيد من العناية تجنبا للوقوع فى الأخطاء، لذا فى إمكانك الإعداد لقائمة من الأسئلة التى يمكن أن تطرحها أثناء المقابلة الشخصية لضمان صدق الإجابات ودقتها، بما يخدم مطالب الوظيفية للمناصب الشاغرة، كذلك خذ وقتك فى تحديد الموظف المناسب من خلال مراجعة سيرته الذاتية قبل المقابلة.

*** تعلم طرح الأسئلة:**

يجب أن تتعلم كيف تطرح الأسئلة أثناء المقابلات الشخصية، ومن الأساليب الفعالة فى هذا الاتجاه ما يطلق عليه بإجراء "المقابلات السلوكية"، التى تقوم على طرح الأسئلة على المتقدمين حول كيفية التصرف فى مواقف بعينها بدلا من الأسئلة المجردة؛ فبدلا من أن تسأل المتقدم "كيف تتصرف فى حالة الوقوع فى مشكلة؟"، يمكنك أن تطلب منه أن يذكر لك موقفا حديثا كان مصدرا لإثارة القلق لديه وكيف استطاع أن يجتازه بنجاح.

واحرص على طرح الأسئلة المفتوحة لتضمن أن يزودك المتقدم للتوظيف بمزيد من المعلومات التى تزيد بالطبع عن مجرد الإجابة بنعم أو لا.

*** أمثلة للمقابلات المفتوحة:**

ــ كيف يمكنك أن تسهم فى إنجاح المؤسسة؟

ــ أى أساليب الإدراة تفضل؟

ــ من وجهة نظرك لماذا يتحتم علينا اختيارك للوظيفة؟

ــ اذكر بعض المسئوليات الضرورية فى بيئة العمل؟

ــ اذكر وقتا حظيت فيه بالتحفيز من جانب مديرك؟

وهناك بعض الأسئلة غيرالمنطقية التى ينبغى تجنب طرحها خاصة تلك المتعلقة بالحالة الاجتماعية،والدين، والسن، والإعاقة....وهكذا ؛ فكل ما ليس له علاقة بالوظيفة تجنب طرح سؤال بشأنه.

*** تعلم فن الاستماع:**

تعلم كيف تستمع لما يخبرك به الشخص الذى تقوم بإجراء المقابلة الشخصية معه، لا تحاول أثناء الاستماع مراجعة صياغة السؤال التالى فى الطرح على مقدمك.

وتذكر، يحتك دورك كمقابل ناجح على الإنصات أكثر من التحدث ؛ حيث يتوقع ويُحبذ قيام المقابل بالتحدث إلى ما نسبته ٣٠% من إجمالى المقابلة وترك المتبقى من المقابلة للطرف الآخر.

واحرص على تسجيل ملاحظاتك أثناء أو بعد الاستماع لكلام محدثك مباشرة ضمانا لعدم إغفال جوانب مهارات التقدم للوظيفة الشاغرة.

*** إحرص على التنظيم:**

إذا كان هناك أكثر من شخص من المقرر أن يشتركوا معك فى إجراء المقابلة الشخصية، فعليك أن تزود كل منهم بنسخة من الخطة المتبعة فى إدارة المقابلة، اعقد اجتماع معهم وتناقش معهم حول ملاحظاتهم فور إجراء المقابلة، كلما كان ذلك فى إمكانك.

*** احترف التسويق:**

قم بتسويق كلا من الوظيفة وشركتك إلى الباحث عن عمل، فقد أصبحت عملية العثورعلى أصحاب الكفاءة المميزة الذين يتمتعون بالإلتزام تجاه أعمالهم أمر صعب هذه الأيام ؛ حيث يجب على المقابل الكشف عن كافة الحقائق وتفسير الأمور التى تجعل شركته الاختيار الأول من بين كافة أصحاب العمل، إلى جانب تنبيه المتقدم للوظيفة إلى أن هذه الوظيفة الشاغرة هى الوظيفة التى طالما كان يبحث عنها والتى ستمنحه الفرصة المناسبة لصنع النجاح الدائم على المدى الطويل.

*** تحقق من صحة البيانات:**

من الحكمة أن تقوم بمراجعة بيانات الشخص المتقدم للوظيفة من خلال أحد الوسطاء الذين قام بذكرهم فى طلب توظيفه ليكونوا بمثابة المصادر المرجعية التى يمكن للشركة الرجوع إليها للتثبت من صحة البيانات،عليك أولا أن تخبر المتقدم للوظيفة بقيامك بذلك، ولكن كن عادلا عند التواصل مع الأشخاص

المرجعيين للمتقدم للوظيفة، فلا تجعل ردود أفعالهم تؤثر على تقييمك على الشخص؛ فالاستجابة السلبية لأحدهم لا تعنى بالضرورة عدم كفاءة المتقدم للعمل.

* تخلص من النمطية:

إتبع تقنيات المقابلة التى ترتكز على تحليل تصرف الطرف الآخر بدلا من سلك مجرى المقابلات التقليدية، وعليك أن تدخل بعمق أكثر فى إنجازات صاحب الكفاءة الجالس أمامك بدلا من الإكتفاء في المرور بشكل عام على مهاراته وقدراته المذكورة.

تخلى عن الأسئلة الإعتيادية (مثل أخبرنى المزيد عنك، ما هى نقاط قوتك وضعفك وغيرها...)، وقم بالتركيز ــ بدلا عنها ــ من أجل حصولك على المزيد من الحقائق حول خبرته السابقة التى تتعلق بمهارات صنع القرار والقيادة والتنظيم والإتصال التى يتمتع بها، إلى جانب معرفة الأمور التى تحفزه على الإنتاج والتى تزيد من قابليته على العمل و التعلم.

* تنبه إلى الحركات الصادرة عنك:

هناك بعض الأمور التى ينبغى عليك كمدير للموارد البشرية الانتباه إليها أثناء إجراء المقابلات، ومن بينها: وضعية الجلوس المستقيمة، والمصافحة الواثقة التى تَنُم عن الاهتمام، ناهيك عن التحدث بنبرات صوتية واضحة ومتحمسة، متجنبا أن تنأى بنظرك عن الطرف الآخر ؛ فالنظر دليل على ثقة المقابل فى نفسه، كما أنه دليلك على مصداقية الشخص الذى تجرى معه المقابلة.

* النهاية:

كن حكيما فى اختيار الوقت المناسب لإنهاء المقابلة ؛ فإذا كان الشخص المتقدم للوظيفة على سبيل المثال لا يبدو متحمسا لخوض اختبار المقابلة الشخصية لشركتك فمن المنطقى أنه سيكون على هذا الحال من الخمول فى كل يوم يتوجه فيه لمزاولة مهامه بالشركة.

وباختصار إذا أدركت أن الشخص الذى تجرى معه المقابلة ليس الشخص الأمثل للوظيفة، فعليك أن تقوم بإنهاء المقابلة بسرعة كلما أمكنك ذلك، فليس هناك المزيد من الوقت يمكن تضيعه ؛ لذا فاعط الوقت لمن يستحقه.

كشف الهيئة بالكايات الحربية والشرطة:

ــ كشف الهيئة بالكلية الحربية

كشف الهيئه من الناحيه العسكريه.. يتضمن شقين:

١ ــ اللياقه البدنية..

٢ ــ الاستعداد النفسي لمواجهة الظروف العصيبة.

وهذا المبدأ في القبول في الدراسات العسكريه استوردته اغلب الدول العربيه من الجيوش الاوروبيه التي كانت تستعمرها قبل الاستقلال...

لكن القيم والاعتبارات الجديده التي دخلت مجتمعاتنا تحت نظرية شيلني واشيلك هي التي جعلت اختبار كشف الهيئه يتحول الى مناسبة لتقديم مؤهلات المتقدم من شهادات التوصيه وكروت الواسطه..

فأدت الى مانراه: فل نحن التزمنا بشرعنا الذي يضمن فرص التنافس الشريف لاقراره بالفروق الفرديه بالجوانب الابداعيه للفرد بما يمكن ان يفتح الله عليه من توفيق ، ولا تقيدنا بالنظام العسكري للدول المتقدمه المبني على أسس التكوين الجسمي والنفسي للفرد..ليكون الشخص المناسب في المكان المناسب يعني ببساطة، أي لاحصلنا بلح الشام ولا جبنا عنب اليمن.

نصائح في هذا المجال لتمتلك المهارات اللازمة:

١ ــ خليك واثق من نفسك.

٢ ــ حاول تَعَّلى صوتك وأنت بتتكلم.

٢ ــ مترفعش وشك لفوق قوى وبص قدامك.

٤ ــ لما يقال لك عَرّف نفسك: تقول: قيدك /اسمك/ نسبتك/ شعبتك/ موقفك من الكلية الجوية/ مجموعك الرياضى/ رغبتك/ وراء بعض.

٥ ــ لا تحاول أن تتمنظر وتعمل أى حاجة مميزة زى تلبس قميص ضيق جدا أو تلبس الساعه في إيدك اليمين أو تلبس قميص بكم وتشمره أو تطلع القميص من البنطلون، وأهم أهم حاجة أوعى تسقط البنطلون فى الكشف.

٦ ــ إعمل حسابك إن أى مدير سيسألك أسئلة تعجيزية عشان يشوف رد فعلك، لو أنت لا تعرف الإجابه قول معرفش يافندم، وهذا سيكون أحسن لك.

٧ ــ وأنت ماشى تحرك إيدك ولا تمشي مشية عسكرية واضحة، بل إمشى عادى جدا.

٨ ــ وانت طالع حافظ على نفس المشية عشان فى كاميرا بتصور.

ــ احترس: النوايا الطيبة لا تكفي، فالمهارة مهمة:

بعض المتقدمين للمقابله تغره الطيبة التى يظهرها القائم بالمقابلة، وهى طيبه مقصوده لخلق نوع من الأُلفه لجعل المتقدم للوظيفه يقول كل ما عنده، أحد المتقدمين للوظيفه بدأ رئيس اللجنة يسأله عن مهامه التى كان يقوم بها، وأثناء حديثه سأله رئيس اللجنة عن أعمال خارجيه كان يقوم بها لتساعده فى تحمل أعباءه الأسريه ومصروفاته، وكيف يستطيع أن يوازن بين متطلباته الماديه وراتبه فى الغلاء الموجود، وبدأ فى السرد بدأ يتحدث عن أنه كان يقوم فى وقت دوامه بأعمال خاصه به، وكان يستغل بعض صلاحياته لتسهيل أعماله الخاصه، وبعد أن سرد وسرد.. وفى نهايه المقابله جلس يُقسم لى أنه لن يعود لمثل هذا الأعمال ثم قال لى "لست أدرى لم حكيت لك كل هذا وكان الأولى ألا أقوله"..

لذلك، فإن كنت قد ارتكبت حماقة فى حياتك السابقة وقد تبت منها وأقسمت ألا تعود إليها فمن الحماقه أن تتحدث بها .... وبعض المتقدمين للوظيفه يثرثر

ويتحدث فى أشياء لا علاقه لها بما أتى من أجله وبعضهم يخرجك من موضع ليدخل فى آخر وكأننا فى متاهه وهو يحاول أن يخرجنا منها، " فالبراعه أن تقول ما تريد ليعضد نقاط قوتك ويؤكد على جدارتك بالوظيفه دون إسهاب أو تقتير "...

إليك نماذج أسئلة يمكن أن تسال خلال المقابلة الشخصية. هذه النماذج مجرد أمثلة ولا تمثل كافة الأسئلة التي يمكن أن تسألها أو يسألونك عنها...

ـ أسئلة المقابلة الشخصية العامة:

يمكن أن يسألوك:

اخبرني عن نفسك؟

لماذا اخترت هذه الشركة؟

ماذا تعرف عن هذه الشركة؟

ما هي هواياتك؟

ما هي الوظيفة المثالية لك؟

ماذا تستطيع أن تقدم في الوظيفة؟

ما هي أفضل ثلاث انجازات لك؟

ما هي أهم الحوافز لك في الوظيفة؟

أين ترغب أن تكون خلال خمسة سنوات؟

هل تنوي متابعة دراستك العليا؟

هل وجدت صعوبة في التأقلم مع رئيسك في العمل أو أستاذك؟ ماذا كانت الصعوبة؟

لماذا اخترت هذا التخصص؟

لماذا اخترت هذه الجامعة / الكلية / المعهد؟

هل حصلت على نوعية جيدة من التعليم؟

ما هي المواد الاختيارية التي درستها؟

ما هي المهارات التي تعلمتها في أخر وظيفة؟

ما هي المهارات التي تحب أن تتعلمها؟

أعطني مثال لوقت كان هناك ضغط في العمل؟ ما هي طبيعة الضغط؟ كيف تعاملت مع الضغط؟ ما ذا تعلمت؟

يمكن أن تسألهم:

أرجو أن تشرح لي مهام الوظيفة؟

هل تشجع شركتكم التدريب؟ ما هي ميزانية التدريب لكل شخص؟

هل لدى الشركة مشاريع للتوسع؟

ما هي نسبة المواطنة لديكم؟

هل هناك تعديلات في رواتب الموظفين؟ هل هي مرتبطة بنسبة غلاء المعيشة؟ هل هي مرتبطة بأداء الموظف؟

ــ أسئلة وأجوبة في المقابلات الشخصية الشائعة في سوق العمل:

وتتضمن الأسئلة الشائعة المتوقعة في المقابلات الشخصية لوظيفة ما:

ومن المفيد دائما أن تتوقع بعض الأسئلة الشائعة التي قد يطرحها عليك أعضاء لجنة المقابلة الشخصية وبالتالي من الأفضل لك إعداد أجوبتك عليها.

وتشتمل هذه الأسئلة المتوقعة على ما يلي وكذلك الاجوبة المثالية لكل سؤال:

١ ــ احكي لي عن نفسك؟:

اجب بإيجاز وركز على حياتك المهنية. ليس من المناسب ذكر علاقاتك وذكريات طفولتك وأسرتك, بل المطلوب ذكر تاريخ موجز لخلفيتك التعليمية وحياتك المهنية واهتماماتك الخاصة. اختم حديثك بأسباب اهتمامك بالحصول على الوظيفة.

٢ ــ لماذا تقدمت للحصول على هذه الوظيفة؟:

قم بإظهار الاهتمام، بل وبرهن على أنك قمت بالبحث عن معلومات حول تلك الوظيفة، وأنك تعلم متطلباتها، وذلك عن طريق التحدث عن المهام التي قمت بها في وظيفتك السابقة أو مجال دراستك التي تؤهلك للوظيفة. بوسعك القول: أنك تريد العمل لشركة رائدة في مجال الاتصالات (على سبيل المثال) وأن شهادتك الجامعية في مجال الرياضيات تعطيك خلفية مناسبة للوظيفة. كما يمكن ذكر: ما الذي تستطيع أن تضيفه أنت للشركة؟.

٣ ــ ماذا تعلم عن الشركة؟

اذكر ما تعلمته عن الشركة خلال بحثك عن المعلومات بشأنها خلال تقاريرها السنوية والصحف وسمعتها أو من موظفيها .استغل هذه الفرصة لمدح أصحاب العمل والبرهنة لهم أنك قمت بالإعداد البحثي الجيد.

٤ ــ ما الذي يؤهلك لتولي الوظيفة؟

أو ما الذي يجعلك مؤهلا لشغل هذه الوظيفة؟

* ركز على خبراتك السابقة ومؤهلاتك العلمية والتعليمية، ومهاراتك الشخصية (أنك جيد في العمل بروح الفريق ولديك مهارات قوية في الحاسب الآلي). يمكنك أيضا أن تستخدم هذا السؤال لإظهار فهمك للوظيفة والمهارات الهامة التي تتطلبها.

* اشرح أنك مهتم بالوظيفة وبرهن أن خبراتك وتعليمك ومؤهلاتك يجعلانك الشخص المثالي لتولي الوظيفة. اظهر الحماس ودلل على أجوبتك بأمثلة عملية. اشرح خبراتك ومؤهلاتك التي تناسب الوظيفة باستفاضة.

* وفي الأحيان التي لا تناسب خبرتك السابقة الوظيفة، تستطيع أن تجد عناصرا منها يمكن الاستفادة منها في الوظيفة التي تتقدم لشغلها مثل مهارات استخدام الحاسب الآلي أو القدرة على العمل في فريق لإظهار روح المبادرة حتى إن لم تتمتع بخبرة في مجال العمل.

5 ــ ما الذي تستطيع تقديمه للشركة ولا يستطيع تقديمه شخص آخر؟

اذكر نقاط قوتك ومهاراتك وصفاتك الشخصية.

٦ ــ لماذا نقوم بتعيينك؟

أنظر النقطة ٣. لأنك تتمتع بالخبرة/الصفات/المؤهلات المذكورة في نقطة ٣ بالإضافة إلى انك متحمس وتتمتع بالذكاء وحب العمل والمرونة والقدرة على التعلم. واذكر اي اتصالات لديك قد تساعدك على تأدية وظيفتك.

٧ ــ عن ماذا تبحث في الوظيفة؟

كن صادقا، واذكر أيضا صفات مثل "التحدي وفرصة جيدة للتعلم وبيئة وظيفية مناسبة، إلخ...

٨ ــ لماذا تريد تغيير مجال عملك؟

اذكر اهتماماتك وأيضا جميع المهارات او الخبرات ذات الصلة بمجال العمل الجديد. من الشائع هذه الأيام تغيير المجال الوظيفي، إلا أنه عليك أن تبرهن أنك فكرت بتمعن بشأن التغيير، وأن لديك اهتمام قوي بمجال العمل الجديد وأنك في وسعك استخدام بعض المهارات أو التعليم أو الاتصالات في المجال الجديد.

ــ ولماذا ترغب في ترك الشركة التي تعمل فيها؟

لا تذكر أي شيئا سلبيا في هذه المرحلة (مثل: لم أحصل على الترقية التي أريدها، أنا أكرة رئيسي في العمل، باقي أفراد فريق العمل يكرهونني). استخدم هذا السؤال كفرصة لتأكيد طموحاتك وأنك مهتم بمستقبلك المهني. الإجابة على هذا السؤال يمكن أن تشتمل على ما يلي: " أنني أعمل لدى هذه الشركة منذ سنتين وعلى الرغم من أنني أشعر أنني أنجزت الكثير هناك إلا أنني مازلت أبحث عن فرصة جديدة وأريد تغيير بيئة العمل"، أو أعتقد أنني تعلمت كل شيء في وظيفتي الحالية وأنا الآن بحاجة إلى الانتقال إلى شركة أخرى توفر لي تحديات جديدة ومجالا تعليميا أوسع.

٩ ــ لماذا تركت وظيفتك السابقة؟

لا تقم بانتقاد أو سب أصحاب عملك السابقين أو تتحدث عن إخفاقك. تستطيع القول انك تبحث عن تحد جديد، او أن تعلمت ما فيه الكفاية من وظيفتك السابقة أو ان شركتك السابقة كان يتم أعادة هيكلتها، أو أنك جاهز لبدء مرحلة جديدة في حياتك بعد تحقيق أهدافك في شركتك السابقة.

١٠ ــ لماذا تريد العمل لدينا؟:

برهن أنك تعلم بعض المعلومات عن الشركة وأنك تؤمن أنها الرائدة في مجالها، أو أن بيئة العمل بالشركة هي التي تبحث عنها، أو انك تحب منتجات الشركة، أو أن أصدقاءك الذي يعملون بالشركة يمتدحونها. امتدح الشركة واظهر أنك تعلم بعض المعلومات عنها.

ــ ولماذا ترغب في العمل معنا؟

يرجى العلم أن هذا ليس هو الوقت الذي تذكر فيه أنك في الواقع تقدمت بطلب وظيفة لكافة الشركات المنافسة. بل حاول الإثناء على الشركة. هذه هي فرصتك لخلق انطباع جيد لتظهر فهمك للعمل والمهارات الاساسية التي يتطلبها.

١١ ــ كم من الوقت تحتاجه قبل أن تبدأ بالإسهام في الشركة؟

اظهر انك متحمس وأن لديك قابلية للتعلم وأنك مستعد لبذل الجهد لمعرفة مجريات الأمور بالشركة والبدء في المساهمة الفورية. قم بالإشارة إلى أن خبراتك السابقة ستمكنك من الإسهام مباشرة في مجال معين بينما تتعلم المزيد عن سائر المجالات. يريد من يجري المقابلة أن يعين موظفا يمثل عائدا سريعا لاستثماراته.

١٢ ــ ما هي نقاط قوتك؟

أنظر النقطة ١٤ أدناه. بالإضافة إلى ذلك الجمل مثل لاعب فريق، وأعمل جيدا تحت الضغط، ومبدع للغاية، وأتمتع بمهارات استخدام الحاسب الآلي قد تكون ميزة لمجال عمل أو آخر.

١٤ ــ ما هي نقاط ضعفك؟

لا تذكر أية نقاط ضعف .المقابلة ليست المناسبة للاعتراف بأنك تجد صعوبة في الالتزام بالمواعيد النهائية او أنك لا تجيد الرياضيات. قم بتحويل السؤال لخدمة مصلحتك عن طريق القول أنك (على سبيل المثال) تهتم كثيرا بالتفاصيل أو أنك مفرط في طموحاتك أو أنك تستمتع بالاشتراك في مهام عدة.

ــ سؤال هام: ما هي في نظرك نقاط قوتك ونقاط ضعفك؟

نقاط القوة تشتمل على كون المرء عضوا جيدا في فريق العمل وأن لديه القدرة على العمل بمفرده وبدون إشراف من أحد ولديه القدرة أيضا على التعامل مع ضغوط العمل بشكل جيد وأنه يتمتع بمهارات جيدة في كيفية التعامل مع الاشخاص. ينبغي عليك أن تفكر وتعرف أن من هذه الأجوبة سيعرف أعضاء اللجنة أنك الشخص المناسب للوظيفة التي تتقدم لشغلها. أما بالنسبة لنقاط الضعف، فهذا ليس سؤالا خداعا، لكن أصحاب الأعمال لا يتوقعون منك أن تقوم بإجراء بحث في نفسك لتذكر ما هي بالفعل نقاط ضعفك ونقاط قوتك. والمقصود من هذا السؤال إعطاء انطباع لعضو لجنة المقابلة الشخصية أنك قادر على تقييم قدراتك الذاتية واتخاذ الإجراءات اللازمة لعلاج أي مشكلة. يمكنك أن تقلب هذا السؤال رأسا على عقب وتجعل إجابتك تبدو إيجابية الإجابة على هذا السؤال قد تتضمن ما يلي: " أنا أعرف أنني أميل دائما إلى الاهتمام بأدق التفاصيل، لكنني أدرك ذلك تماما وأركز دائما على إكمال المشروع في الوقت المحدد والقيام بالتفاصيل الدقيقة بالقدر الذي يرضيني شخصيا.

١٤ ــ ما هي أهدافك في حياتك المهنية؟

أظهر أنك قد فكرت في المستقبل وأنك ملتزم بتحقيق النجاح في حياتك المهنية.

١٥ ــ كيف تصف نفسك؟

أي من تلك الصفات يبحث عنها أصحاب العمل: ذكي – مجتهد – سريع التعلم – صادق – كفء – منتج – طموح – ناجح.

١٦ ــ كيف يصفك زملاءك؟

لا تذكر أي صفات سلبية.

١٧ ــ كيف يصفك مديرك السابق؟

سيقوم صاحب العمل بالمراجعة في أي حال من الأحوال، فاذكر أكثر الصفات إيجابية بشأن نفسك، ودع الأمر لمديرك السابق إذا كان يريد أن يذكر شيئ يخالف ذلك.

١٨ ــ ما هو أكثر شيئ أحببته أو كرهته بشان وظيفتك السابقة؟

لا تستخدم الإجابة على هذا السؤال لسبب مدراء عملك السابقين. بل ركز على إبراز العوامل التي هي في صالحك مثل القول أنك استنفذت كافة إمكانيات الوظيفة السابقة أو كافة إمكانيات التعلم منها.

١٩ ــ قم بوصف موقف في ماضيك أبديت فيه روح المبادرة:

بوسعك ان تصف وسائل ابتكرتها لتأدية وظيفتك أو لخفض المصروفات. يمكن ان يكون هذا الموقف غاية في البساطة، مثل تغيير نظام حفظ الملفات. لو كنت تعمل في مجال المبيعات، قد تريد التحدث عن كيفية حصولك على الصفقة الكبيرة.

٢٠ ــما المسئوليات الرئيسية التي قمت بها في وظيفتك السابقة؟

جهز ردك على هذا السؤال وقم بذكر جميع المسئوليات التي قمت بها مع إعطاء شرحا تفصيليا للمسئوليات ذات الصلة بالوظيفة التي تتقدم لشغلها.

٢١ ــ ما هى أعظم انجازاتك؟

للعديد منا بعض الإنجازات التي نفخر كثيرا بها مثل الحصول على ترقية مبكرة أو الصفقة الضخمة التي حصلنا عليها، إلخ.... لو كنت حديث التخرج اذكر الأنشطة التي قمت بها بالجامعة أو الأدوار القيادية التي قمت بها ودرجاتك.

٢٢ ــ أوصف أسلوبك في الإدارة؟؟؟

الإجابة: تستحسن بأن تكون: لا رد

٢٣ ــ هل تعمل بصورة أفضل في فريق أو بطريقة مستقلة؟

إظهر أنه في وسعك العمل في فريق لمعرفة رد فعل الآخرين تجاه أفكارك، إلا أنك قادر على العمل باستقلالية وأعط أمثلة.

٢٤ ــ كيف تعمل تحت الضغط؟

وضح بأنك تسنطيع ذلك جيدا. وأنك متعود على ذلك، وقم بإعطاء أمثلة.

٢٥ ــ ما هي الوظائف الأخرى التي تقدمت لشغلها؟

لا تذكر الوظائف في المجالات الأخرى، واذكر أية مقابلات أو عروض حصلت عليها من شركات منافسة.

٢٦ ــ كيف كان أداءك الجامعي؟

حافظ على الإيجابية. ليس عيبا أن تقول أنك كنت تشارك كثيرا في الرياضة والأنشطة والحياة الاجتماعية، حيث أن أصحاب العمل لا يريدون تعيين إنسان آلي. اذكر المواد التي حصلت فيها على درجات جيدة حتى وإن كانت مادة أو اثنتين.

٢٧ ــ ما هي ساعات العمل التي تفضلها؟

يحب أصحاب العمل المرونة. اذكر أنك مستعد للعمل حتى انتهاء المهمة. قم بذكر أية التزامات لديك مثل اضطرارك لإحضار أطفالك من المدرسة الساعة الثالثة والنصف. سيبدي أغلب أصحاب العمل المرونة إذا أبديت أنت المرونة أيضا.

٢٨ ــ ــ ما هو الموقع الذي تتمنى أن ترى نفسك فيه خلال خمس سنوات؟

فكر لحظة في هذا السؤال. عضو لجنة المقابلة الشخصية يبحث عن المرشح الطموح الذي لديه الدافع للعمل. كما أنه يبحث عن المرشح الذي فكر في السبب

الذي يجعله يرغب في الالتحاق بالعمل في الشركة وفكر أيضا في المستقبل الذي يعتقد أن الشركة ستقوده إليه. لذلك إذا كنت ترى أن هنالك مستقبل واعد لك في الشركة ينبغي عليك أن تذكر ذلك خلال المقابلة. على سبيل المثال، يمكنك أن تقول أنني أود أن أكون رئيسا لفريق مثل هذا الذي يجري المقابلة الشخصية معي. إنني على ثقة أنني خلال خمس سنوات ستكون لدي الخبرة التي تمكنني من تولي مثل هذا المنصب. ويمكنك أيضا أن تكون أكثر تحديدا وتقول: "إنني أود الالتحاق بشركتكم الآن لأنني أعلم أنكم توفرون تدريبا ممتازا خلال السنتين الأولين في العديد من الأدوات المالية وأنا أعتقد أن هذا التدريب في غاية الضرورة في البداية للحصول على الخبرة العامة الجيدة والمناسبة. وفي خلال خمس سنوات أتمنى أن أكون قد اكتسبت الخبرة وأصبحت عضوا أساسيا بين جميع أفراد أقسامكم المتنوعة وهذا مجال يحظى باهتمام كبير لدي وأنا أعرف أن فريق شركتكم يتمتع بالريادة في السوق." هذا يعنى أنك ليس شابا طموحا ومركزا فحسب بل لديك أيضا معرفة جيدة بالشركة وبما يمكنها أن تقدمه لك.

٢٩ ــ هل لديك أسئلة لي؟

نعم. توجيه الأسئلة يظهر أنك مهتم .قم بتوجيه الأسئلة التي تظهر معلوماتك عن الشركة أو الوظيفة، وانك تخطط لمستقبل وأنك متعطش للتعلم. اقرأ مقالة "أسئلة توجهها لمن يجري معك المقابلة ".

ــ أفعل ولا تفعل (الاتصال الناجح والفعال أثناء المقابلة الشخصية):

*** افعل:**

– أظهر ثقتك بالنفس. أنظر في عيني القائم على المقابلة مباشرة وأجب على أسئلته بصوت واضح. حاول أن تقيم علاقة مودة بينك وبينه .

– تذكر أن تصغي باهتمام، فالتواصل هو طريق ذو اتجاهين.

– إذا تكلمت – أكثر مما يجب فربما فاتتك بعض الملاحظات التى قد يعتبرها القائم على المقابلة على درجة كبيرة من الأهمية .

– فكر قبل الإجابة على سؤال صعب. إذا كنت غير متأكد كيف تستطيع الإجابة على سؤال ما، فيمكنك الرد بسؤال آخر. على سبيل المثال: إذا سألك المحاور عن الراتب الذي تتوقعه، حاول الإجابة كما يلي: "هذا سؤال جيد، ما هو الراتب الذي قررتموه لأفضل مرشح للوظيفة؟"

– عندما يأتي دورك، اسأل الأسئلة التى قمت بإعدادها من قبل، وهذه الأسئلة يجب أن تشمل أي معلومات عن الشركة أو عن الوظيفة لم تستطع الحصول عليها من بحثك .

– لا تسأل أسئلة قد تثير علامات استفهام. إذا سألت:"هل الانتقال إلى مكان آخر ضرورة؟" فسيفهم القائم على المقابلة أنك لا ترغب في الانتقال إلى مكان آخر على الإطلاق. إذا طرحت العديد من الأسئلة حول الإجازات فربما فكر القائم على المقابلة أنك مهتم بالحصول على إجازة أكثر من اهتمامك بالعمل بالشركة والإسهام بها. تأكد أن القائم على المقابلة يفهم السبب وراء طرحك هذه الأسئلة .

– وَضِّح أنك تريد هذه الوظيفة، وأظهر قدراتك على أخذ زمام الأمور وذلك بالحديث عن الوظائف التى تستطيع القيام بها من أجل فائدة هذه الهيئة وبإعطاء تفاصيل دقيقة عن مساعداتك لأصحاب العمل السابقين. يمكنك أيضا أن تسأل عن بعض التفاصيل الدقيقة للوظيفة مثل المهام، المسئوليات، الأشخاص الذين سيعملون معك، والشخص المسئول عن أدائك الوظيفي ويشرف عليه .

– ادخل الغرفة بثقة .

– قم بمصافحتهم، وعرفهم بنفسك .

– كن مهذبا وودودا. انظر مباشرة لعيون من يجري معك المقابلة بمجرد دخولك الغرفة .

- ابدو مهتما. كما أن عليك الإجابة على أسئلتهم، بإمكانك طرح الأسئلة عليهم .
- أجب على الأسئلة بأكبر قدر ممكن من الشمول. تجنب إجابات ب: نعم ولا .
- استخدم أمثلة لتبين إنجازاتك .
- اخبرهم بالحقيقة .
- استفسر إن لم تفهم أي سؤال .
- تكلم بوضوح .
- سوّق نفسك. اعرض نقاطك الجيدة ومزاياك، وكن إيجابيا .
- حاول أن تبتسم بود، لكن لا تصطنع الابتسامة .

ـ هذا... ويمكن تلخيص: افعل على النحو التالي:

- ابتسم للمقابلين وانظر إلى أعينهم عندما تلاقيهم وعندما تودعهم.
- احتفظ بمتابعة الاتصال بالنظر في المقابلين وتفهم حديثهم.
- اجلس منتصب القامة، وانحن قليلاً إلى الأمام.
- خذ وقتك في الإجابة على الأسئلة.
- ليكن مظهرك وموقفك حماسياً وساراً.
- تكلم بصوت مسموع.
- بلغ المعلومات التي ترى أنها تساعدك.
- أجب بكفاية وعناية على الأسئلة الافتراضية.
- إذا أخطأ المقابل في سؤال تخصص أو فني حاول أن تساعده في الخروج من ورطته.

*** لا تفعل :**

١. لا تجلس حتى يقوموا بدعوتك .

٢. لا تترهل وتتململ على الكرسي .

٣. لا تدخن .

٤. لا تحلف .

٥. لا تنتقد أصحاب العمل السابق .

٦. لا تقاطع كلامهم .

٧. لا تلفت انتباههم لنقاط ضعفك .

٨. تجنب لمس الفم بطريقة متكررة .

٩. تجنب إدعاء وجود سعال للحصول على مهلة للتفكير في إجابة للسؤال .

١٠. تجنب عض الشفة .

١١. تجنب الابتسامات المقتضبة أو المفتعلة .

١٢. تجنب هز الساق أو القدم .

١٣. تجنب ثنى الذراعين أو وضعهما متشابكتين .

١٤. تجنب الجلوس في ترهل واسترخاء .

١٥. تجنب تفادي التقاء الأعين .

١٦. تجنب الحركات العصبية بالأصابع .

ــ هذا، ويمكن تلخيص: لا تفعل بالبنود التالية:

- لا تتهدل على الكرسي.
- لا تتململ.
- لا تشعر بالذعر في فترة الصمت.
- لا تتكلم من أجل الكلام).

- لا تدخن ولا تمضغ أي شئ.
- لا تكن مراوغاً في إجابتك.
- لا تتبجح أو تمدح نفسك مباشرة إلا إذا دعيت إلى ذلك.
- لا تثر جدلاً مع المقابل بأية طريقة حامية.
- تجاوب مع طلب التوقف عن متابعة الجواب إذا كان المقابل يبدو غير متحمس، أو أنه يشعر بالملل.
- لا تتكلم بسرعة زائدة.
- لا تتطوع لإعطاء معلومات عن عيوبك ونقائصك

* تذكر أن معظم أصحاب العمل يحبون :

الأشخاص الذين ينصتون .

الأشخاص الذين يدعمون إجاباتهم بأمثلة .

الأشخاص الذين يوجزون ما يجب إيجازه .

الأشخاص الذين يأتون للمقابلة مستعدين .

الأشخاص الذين يبدون واثقين .

ــ أخطاء المقابلات والأنتر فيو:

هناك بعض الأخطاء التي من الممكن أن تقع فيها وأنت تقوم بإجراء مقابلة العمل؛ لتظفر في النهاية بالوظيفة التي حلمت بها، ومن تلك الأخطاء:

١- الوصول متأخراً عن ميعاد المقابلة؛ فحاول أن تجهّز نفسك قبل الميعاد بساعتين أو ثلاث، وتأخذ في حسبانك ازدحام المرور أو أية مفاجآت غير متوقعة.

٢- أن تصل قبل الميعاد بوقت طويل مما ينعكس سلباً على شكلك ويترك انطباعاً سيئاً عنك؛ فيجب أن تكون متواجداً في مكان المقابلة قبل أن تبدأ بعشر دقائق على الأكثر.

٣- إياك وشرب السجائر أثناء مقابلة العمل أو محاولة إشعال سيجارة أثناء انتظارك للدخول.

٤- إياك والخطأ في مديرك السابق أو محاولة تجريح أو تشويه صورته أثناء إجرائك لمقابلة العمل؛ حيث يترك هذا انطباعاً سيئاً عنك ويُشعر من يجري المقابلة معك بأنك شخص ذو أخلاق سيئة تتحدث عن الغير في عدم وجودهم.

٥- أن تفخّم من نفسك وتبالغ في تقدير مواهبك وقدراتك إلى حد الكذب؛ حيث سرعان ما تنكشف الحقيقة في حال قيامك بعمل اختبار لتحديد مستوى خبرتك.

٦- أن ترتدي ملابس لا تليق بمقابلة العمل كالجينز مثلاً أو ملابس غير متناسقة.

٧- نسيان اسم الشخص الذي يجري المقابلة معك، من أحد أهم أسباب عدم قبولك في الوظيفة.

٨- حاذر من أن تكثر من وضع العطور أو البرفان؛ حتى لا تضايق أحداً برائحتها.

٩- ارتداؤك لنظارات شمسية أمر غير لائق بالمرة.

١٠- ارتداؤك لسماعة "بلوتوث" أو موبايل أثناء المقابلة ينمّ عن شخصية غير جديرة بالثقة، ويعطي شعوراً لمن يُجري معك المقابلة بالنقص، وأنك تحاول التباهي، ولا يدعم موقفك أثناء المقابلة.

١١- ذهابك للمقابلة بدون خلفية سابقة عن صاحب العمل أو الشركة التي تحاول العمل لديها؛ حيث يجب قبل الذهاب للمقابلة أن تكون قد جمعت بعض المعلومات عن الشركة وصاحب العمل تحسّباً لأية أسئلة مفاجأة.

١٢- فشلُك في إظهار الحماس للمكان والوظيفة لن يُشعر من أمامك بالراحة، ولن يتحمس هو الآخر لاختيارك ضمن المرشحين للفوز بالوظيفة.

١٣- سؤالك عن الراتب والفوائد المادية والمعنوية بشكل سريع يشعر من يجري المقابلة معك بأنك شخصية استغلالية تسعى للوصول لأطماعها، يحب أن يأخذ لا أن يعطي؛ لذلك اجعل سؤالك عن الراتب في نهاية المقابلة لا في البداية.

١٤- عدم تمكّنك من توضيح كيف ستتماشي مهاراتك وقدراتك مع متطلبات العمل إذا تم توجيه مثل هذا السؤال لك أثناء المقابلة؛ لذا يجب عليك أن تحدّد مهاراتك وإمكانياتك وقدراتك، وتحاول تطويعها جيداً لما يخدم الوظيفة التي أنت متقدم لشغرها، وأن تعيها جيداً في حالة سؤالك عن ذلك.

استراتيجيات تنمية مهارات الاتصال

نختار منها نماذج:

استراتيجية الاتصال بمصادر التعلم:

مفهومها: هي مجموعة من المهارات التي تنمي قدرات المعلمين في كيفية الاتصال بمصادر التعلم بأنواعها المتعددة، بما يخدم عملية التعلم لدى المتعلمين، ويساعد على تنمية القدرات الإبداعية ومهارات الاكتشاف والتعلم الذاتي.

ويمكن أن تُصنف مصادر التعلم إلى أربعة أصناف هي:

١. المصادر البشرية: و تشمل الأشخاص الذين يقومون بدور تعليمي مباشر كالمعلمين، أو الذين يستعان بهم لزيادة التوضيح مثل الأطباء والمهندسين ورجال الأمن وغيرهم.

٢. المصادر المكانية: وهي المواقع التي يتم فيها التفاعل مع المصادر الأخرى ومنها: المعارض والمتاحف، ومراكز البحوث والمساجد وغيرها.

٣. الأنشطة: وتمثل كل ما يشترك فيه المتعلم من أنشطة موجهة تهدف إلى إكساب خبرات محددة مثل: الزيارات الميدانية والرحلات والمحاضرات والندوات وغيرها.

٤. المواد التعليمية: و هي المواد التعليمية التي يتم تصميمها ؛ لتحقيق أهداف تعليمية، ومنها: النماذج والعينات والخرائط والمصورات والسبورات والأقراص المدمجة وغيرها.

أهدافها:

ـــ تنمية قدرة المتعلم في الحصول على المعلومات من مصادر مختلفة.

ـ تنمية مهارات البحث والاكتشاف وحل المشكلات لدى المتعلمين.

ـ تزويد المتعلمين بمهارات تجعلهم قادرين على الاستفادة من التطورات المتسارعة في نظم المعلومات.

ـ إعطاء المعلمين فرصة للتنويع في أساليب التدريس.

ـ مساعدة المعلمين على تبادل الخبرات،والتعاون في تطوير المواد التعليمية.

ـ إتاحة الفرصة للتعلم الذاتي من قبل المتعلمين.

ـ تلبية احتياجات الفروق الفردية بين المتعلمين.

ـ اكتشاف ميول واستعدادات وقدرات المتعلمين وتنميتها.

إجراءات تنفيذها: يمكن توظيف مهارات الاتصال بمصادر التعلم في كافة استراتيجيات التدريس الأخرى، بأساليب عديدة منها: تفعيل المكتبة المدرسية، ومركز مصادر التعلم، وتكليف الطلاب بإعداد البحوث، والاستفادة من الإمكانات التي يوفرها الحاسب الآلي بما يحويه من برمجيات عديدة، واستخدام الشبكة العنكبوتية، وتفعيل البريد الإلكتروني بين المعلم وطلابه. وللمعلم أن يضيف على هذه الأساليب أساليب أخرى يمكن أن تؤدي إلى تحقيق أهداف التعلم.

استراتيجية مهارات التواصل:

مفهومها:هي مجموعة من المهارات التي تساعد على تنمية التواصل اللفظي وغير اللفظي لدى المعلمين، ومن ثم توظيفها بما يخدم عملية التعلم لدى المتعلمين.

ويتضمن التواصل اللفظي أربع مهارات هي: الاستماع، التحدث، القراءة،الكتابة. أما التواصل غير اللفظي، فهو عبارة عن وسائط أخرى لإرسال الرسائل التواصلية، ومنها الجسم والصوت والمكان، وله نوعان:

١ــ الإشارة: بحركات الجسم، وتعبيرات الوجه، والعين، وتلوين الصوت، والصمت، والحواس الأخرى.

٢ــ دلالة الأشياء: المصنوعة كالمكان، والجماليات كالألوان.

أهدافها:

- تقوية الروابط الاجتماعية (بالتعاطف –الاستماع –التعبير الملائم).
- توسيع نطاق العلاقات مع الآخرين.
- معرفة الذات وحسن تقديرها.
- النجاح في الحياة المهنية.
- تحسين الصحة النفسية والجسمية.
- جعل الحياة أكثر متعة وأماناً.

إجراءات التنفيذ:

يمكن توظيف مهارات التواصل في كافة الاستراتيجيات الأخرى عن طريق توجيهات، وأنشطة متنوعة منها :

ــ تدريب الطلاب على التواصل البصري عند مشاركاتهم.

ــ حث الطلاب على التركيز والانتباه، وتدريبهم على الإنصات للآخرين.

ــ حث الطلاب على التحدث بحرية.

ــ استثارة الطلاب للمشاركة وإبداء الرأي، وإتاحة الوقت الكافي لذلك.

ــ تدريب الطلاب على القراءة الصامتة والجاهرة.

ــ تنمية مهارة استنباط الأفكار لدى الطلاب.

ــ طرح أسئلة تقويمية تحفز الطلاب على القراءة الناقدة.

ــ تدريب الطلاب على التلخيص، وكتابة الأفكار بحرية.

ــ متابعة الطلاب عند تطبيق أنشطة ؛ لتنمية مهارات التواصل اللفظي، وتقديم التغذية الراجعة لهم.

ـــ استخدام إشارات الجسم من موضحات وموجهات وغيرهما بفعالية.

ـــ استخدام تعابير الوجه وتلوين الصوت بفعالية.

اختبار: اكتشاف جوانب من شخصيتك

اشتقت كلمة شخصية فى اللغة العربية من "شخص". وتشير المعاجم إلى أن الشخصية هى صفات تميز شخصا عن غيره. أما مصطلح الشخصية Personality فى اللغات الأوروبية فيرجع إلى الكلمة اللاتينية التى كانت متداولة فى العصور الوسطى وهى: Persona التى كانت تستخدم لتشير إلى القناع الذى كان يلبسه الممثلون على المسرح.ومع مرور الزمن أطلق هذا اللفظ على الممثل نفسه أحيانا، وعلى الأشخاص بعامة أحيانا أخرى. وربما كان ذلك أساس قول شكسبير: "إن الدنيا مسرح كبير، وإن الناس جميعا ليسوا سوى ممثلين على مسرح الحياة".ثم تطور المصطلح، كما يقول الدكتور أحمد محمد عبد الخالق، ليشير إلى الفرد كما يبدو للآخرين، والصفات المميزة له. فيقال: فلان ذو شخصية قوية؛ بمعنى أنه ذو صفات متميزة وإرادة وكيان مستقلين.

وهناك طرق عدة لقياس الشخصية الإنسانية منها ما هو غير علمى مثل(١): دراسة تضاريس الجمجمة والفراسة، ودراسة خط اليد. ومنها ما هو علمى مثل: المقابلات والمقاييس والاختبارات العلمية. والاستقصاء الذى نقدمه يحاول بطريقة بسيطة جدا أن يساعدك فى التعرف إلى شخصيتك وبعض الصفات المميزة لديك. وهذا قد يعنيك فى معرفة الصورة التى كونها الآخرون عنك، وأى الجوانب يجب عليك تعديلها حتى تصبح شخصيتك قوية ومؤثرة وجذابة.

الآتى بعض سمات الشخصية القوية:

- درجة ذكاء عالية أو متوسطة.
- قدرات عقلية سليمة (مثل: التفكير، التخيل، التفسير، التذكر،..).
- اتزان انفعالى.

• إرادة قوية.

• قدرة على التوافق مع البيئة المحيطة.

• التروى فى الأمور وليس الاندفاع.

• الجاذبية الشخصية.

• المعرفة.

• تكوين علاقات جيدة مع الآخرين.

الاستقصاء:

ضع علامة (صح) أمام "نعم" أو "إلى حد ما " أو "لا" لكل عبارة من العبارات التالية:

العبارة	نعم	إلى حد ما	لا
القدرة على التفكير السليم والمنطقى.	نعم	إلى حد ما	لا
ترتيب الأفكار وترابطها	نعم	إلى حد ما	لا
القدرة على التعلم من الخبرة	نعم	إلى حد ما	لا
القدرة على إقناع الآخرين	نعم	إلى حد ما	لا
القدرة على التأثير فى الآخرين	نعم	إلى حد ما	لا
الاتزان الانفعالى	نعم	إلى حد ما	لا
أهداف واقعية فى الحياة	نعم	إلى حد ما	لا
أتساع الأفق والإلمام بالثقافة العامة	نعم	إلى حد ما	لا
اتصال فعلى مع الآخرين	نعم	إلى حد ما	لا
درجة معقولة من تقويم الذات (استبصار)	نعم	إلى حد ما	لا
موضوعية فى الحكم على الأشخاص	نعم	إلى حد ما	لا
موضوعية فى الحكم على الأمور	نعم	إلى حد ما	لا
شعور كاف بالأمن	نعم	إلى حد ما	لا
رغبات جسدية غير مبالغ فيها، مع القدرة على إشباعها فى صورة مقبولة	نعم	إلى حد ما	لا

التخطيط لمعظم الأمور	نعم	إلى حد ما	لا
قدرة على تحمل المسئوليات	نعم	إلى حد ما	لا
إتقان تنفيذ المهام المطلوبة	نعم	إلى حد ما	لا
الرؤية المتكاملة للأشياء (النظرة متعددة الأبعاد)	نعم	إلى حد ما	لا
التصرف المناسب فى المواقف المختلفة	نعم	إلى حد ما	لا
الطلاقة فى الحديث	نعم	إلى حد ما	لا

التعليمات:

أعط لكل إجابة ب "نعم" درجتين.

أعط لكل إجابة ب "إلى حد ما" درجة واحدة.

أعط لكل إجابة ب "لا" صفرا.

اجمع درجاتك.

تفسير النتائج:

إذا حصلت على ٤٠ – ٣٦ درجة، فأنت ذو شخصية قوية وسوية ومتوافقة وناجحة.

٢ – إذا حصلت على ٣٧ – ٣٣ درجة فأنت شخصية قوية بدرجة متوسطة وسوية ومتوافقة بدرجة ما وتحقق النجاح بعد فترة.

٣ –إذا حصلت على ٣٢ – ٢٨ درجة، فأنت ذو شخصية ضعيفة، وغير مرنة، تجد صعوبة فى التوافق مع الآخرين، والفشل فى حياتك أكثر من النجاح الذى تحققه.

٤ –إذا حصلت على أقل من ٢٨ درجة فأنت ذو شخصية ضعيفة جدا، وغير سوية، تجد صعوبة شديدة فى التوافق مع الآخرين. تعانى، بلا شك من الإحباط بحكم مواقف الفشل العديدة التى تقابلك، علما بأنك تسهم بدور رئيسى فيها.

أخيرا، كل منا يريد أن يكون ذا شخصية قوية. وحتى نحقق ذلك لا بد من أن نبذل الجهد والوقت حتى نمتلك صفات أو سمات هذه الشخصية القوية، تلك التى تمت الإشارة إليها، سواء فى المقدمة أم فى الاستقصاء.

علينا أن نحاول مرات عدة، وأن نستمر فى المحاولة حتى نكتسب هذه الصفات أو السمات؛ " فلا يأس مع الحياة ولا حياة مع اليأس " كما قال الزعيم الوطنى المصرى مصطفى كامل. يقول الله سبحانه وتعالى (إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم) صدق الله العظيم " سورة الرعد– آية ١١ ".

اختبارات السمات ومقاييسها:

الحصول على مزيد من المعلومات عمن هم موضع التشخيص يمكن استخدام مقاييس السمات، ومن أبرزها تلك التى طورها العالم الاميركى رينزولى ورفاقه فى أواخر السبعينيات٠ وقد جرى تصميمها للحصول على تقديرات المعلمين لسمات طلبتهم فى مجالات التعلم والدافعية والإبداعية والسمات القيادية والبراعة الافنية والموسيقية والفنون المسرحية وسمات الاتصال (الدقة) وسمات الاتصال (التعبيرية) وسمات التخطيط ٠(٢)

ولقد اشتقت السمات التى سنبحثها ههنا فى البحث المعمق فى الأدبيات الخاصة بسمات الموهوبين، غير انه ينبغى اعتبار وجود بعضى الاختلافات بين المفحوصين بوساطة مقاييس السمات هذه،كما ينبغى التنبيه إلى ضرورة معاملة كل مقياس منها بصورة منفردة،فكل مقياس يكشف عن السمة التى وضع من أجلها، ولا تربطه بغيره من المقاييس أية علاقة، مما قد تؤثر على النتيجة الكلية للفحص ٠

وتتألف المقاييس التى نبحثها هنا من عشرة مقاييس مرتبطة بعشرة أنماط من سمات السلوك، فلا تحاول أن تجمع العلاقات التى يحصل عليها المفحوص بهدف الحصول على علامة كلية ٠ ولما كانت هذه المقاييس على درجة كبيرة من الأهمية، فاننا ننصحك بقراءة بنودها وفقراتها كافة، بل كل عبارة فيها بصورة معمقة٠ ثم ضع علامة (×) فى المكان المناسب للإجابة حيث تتوزع الإجابة على أربعة احتمالات هى: نادرة ــ وأحياناً ــ وكثيرة ــ ودائماً ٠وتسهيلاً لحساب درجة المفحوص فى كل واحد من مقاييس السمات يرجى اتباع الخطوات التالية:

أولاً : أجمع عدد العلامات (×) فى كل عمود للحصول على مجموع العمود٠

ثانيا : أضرب مجموع العمود فى الوزن النسبى الخاص به فالناتج هو مجموع الوزن النسبى للعمود ٠

ثالثا : أجمع مجاميع الأوزان النسبية للأعمدة الأربعة، فيكون الناتج هو العلامة الكلية للمفحوص ٠

رابعاً: اكتب هذه العلامات فى الأماكن المخصصة فى الجدول التالى:

خلاصة نتائج الطالب/ الطالبة فى مقاييس السمات

الرقم	مقياس	العلامة الكلية
١	سمات التعلم	
٢	سمات الدافعية	
٣	سمات الإبداعية	
٤	السمات القيادية	
٥	سمات البراعة الفنية	
٦	السمات الموسيقية	
٧	السمات المسرحية	

٨	سمات الاتصال (الدقة)	
٩	سمات الاتصال (التعبيرية)	
١٠	سمات التخطيط	

ولذلك، يجب أن تقرأ كل مقياس من المقاييس العشرة التالية، وحاول أن تكون قراءتك لكل فقرة من فقرات هذه المقاييس مُعمقة بحيث تدقق فى معناها ومغزاها، وحاول الإفادة من هذه المقاييس فى تشكيل صورة عامة عن السمات العامة والخاصة للموهوبين ولا تتردد فى نقد هذه المقاييس وتقويمها، ولا تتردد أيضاً فى الاطلاع على مزيد من الكتب والمراجع والبحوث والدراسات التى تبحث فى هذا الموضوع المهم، فإنها تساعدك فى تكون خلفية علمية نظرية عميقة من المعنيين بهذه المسألة وتسعى إلى التخصص فى هذا المجال، وسنكتفي هنا بسمات الاتصال(٨،٩).

ثامناً: سمات الاتصال (الدقة)

الرقم	العبارة	نادراً	أحياناً	كثيراً	دائماً
١	كلامه واضح ومحدد ومباشر، وكذلك كتاباته				
٢	يقوم بصياغة عباراته وتكييفها ووضعها فى قالب رصين، بحيث تصل إلى الحد الأعلى من الفهم والاستيعاب من الأشخاص الذين يستمعون إليه				
٣	لديه القدرة على المراجعة والتحرير بهدف الإيجاز ويتذكر الأفكار الرئيسة بصورة جيدة				
٤	يقدم وصفاً دقيقاً وواضحاً للأشياء ٠				
٥	يستخدم ألفاظاً وتعبيرات تضفى على أحاديثه لوناً وإحساساً وجمالاً ٠				
٦	يعبر عن معتقداته واحتياجاته بدقة ووضوح				

	وإيجاز .				
٧	لديه القدرة على استخدام طرق تعبير كثيرة لشرح آرائه للآخرين.				
٨	قادر على وصف الأشياء بعدد قليل من الكلمات المناسبة .				
٩	لديه القدرة على إبراز الظلال الدقيقة لمعانى باستخدام حصيلة المترادفات الكبيرة المتوافرة لديه .				
١٠	لديه قدرة على التعبير عن آرائه بطرق كثيرة				
١١	قادر على استخدام الكلمات ذات المعانى المتقاربة				
	عدد علامات (×)				
	الوزن النسبى	١	٢	٣	٤
	مجموع الوزن النسبى				

العلامة الكلية O

تاسعا: سمات الاتصال (التعبيرية)

الرقم	العبارة	نادراً	أحياناً	كثيراً	دائماً
١	يستخدم نبرات الصوت المختلفة لنقل المعنى بصورة واضحة .				
٢	قادر على نقل المعلومة بطريقة غير لفظية وذلك بتعبيرات الوجه والإيماءات				
٣	لديه أسلوب مشوق فى سرد القصص				
٤	قادر على استخدام الصورة التعبيرية				
	عدد علامات (X)				
	الوزن النسبى	١	٢	٣	٤

	مجموع الوزن النسبى				

العلامة الكلية **O**

الهوامش:

١ ــ راجع: إسماعيل عبد الفتاح، اختبارات المرهبة والشخصية، الاسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب، ٢٠٠٨م، صفحات متعددة.

٢ ــ راجع: محمد عبد الهادي حسين، نظرية الذكاءات المتعددة، ونموذج تنمية المواهب، القاهرة،دار الأفق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م، ط١، ص ٨٠ــ ٨٣.

بعض مفاهيم الاتصال

ــ منهج الاتصال Communication Approach

الاتصال أساس كل التفاعلات الاجتماعية، فالمرء لا يستطيع أن يتفاعل مع غيره إلا إذا كان قادراً على الاتصال، وحسب عالم الرياضة "وارين وينر" يقصد بالاتصال كل الإجراءات والأساليب التي بمقتضاها يؤثر شخص ما على آخر. وبهذا فإن التنظيمات والمجتمعات والدول ترتكز في وجودها وتكاملها على الاتصالات أي تبادل الرسائل فيما بين الأفراد. والرسالة ليست فقط الحديث المكتوب أو الشفهي وإنما أيضاً أي فعل أو سلوك إنساني. وقد ساهم في تطوير نظرية الاتصال عالم الرياضة "وارين وينر" الذي استخدم مصطلح "السبرنطيقا"، بمعنى الاتصال والضبط. فعندما يتصل شخص ما بآخر فإنه يوجه إليه رسالة. وحينما يتصل الثاني بالأول، فإنه يوجه إليه رسالة تتضمن معلومات متاحة أساساً له وليس للأول. وحينما يضبط إنسان ما تصرفات إنسان آخر، فإنه ينقل رسالة إليه. ولا يختلف أسلوب الاتصال في حالة الأمر عنه.

في حالة الإبلاغ عن واقعة أو حدث. وحتى يتأكد الشخص من فاعلية ضبط تصرفات الشخص الآخر. عليه أن يستقبل منه كل الرسائل التي تشير إلى فهم وإطاعة الأمر.

ــ السياسة كنسق اتصالي:

إن العملية السياسية لا يمكن تصورها بدون الاتصال. فالمواطنون لابد وأن يكونوا قادرين على توصيل رغباتهم ومطالبهم إلى الحكومة، وعلى الحكام أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى الموطنين وتبريرها لهم بهدف نيل

رضائهم. وعليه فإن دراسة النظم السياسية، من منظور الاتصال، هي دراسة للسلوكيات أو الأفعال التي تتعلق بتبادل المعلومات (الرسائل) فيما بين الفاعلين السياسيين.

وهكذا يسلط منهج الاتصال الضوء على المسائل التالية:

- القنوات التي من خلالها تتدفق المعلومات (الرسائل) بين الفاعلين السياسيين بعضهم وبعض.
- أنواع المعلومات أو الرسائل.
- القواعد والإجراءات التي تحكم الاتصالات داخل النظام السياسي.
- حدة المشاعر المرتبطة برسائل معينة.
- أنواع الاستجابات التي يمكن توقعها من الذين يتلقون الرسائل.

إن جوهر نظرية الاتصال يكمن في تناول نقل الرسائل، تلك التي تحتل مكان المدخلات والمخرجات في نموذج ايستون السابق معالجته. والرسالة ليست هي الحدث، بل معلومات بخصوصه. هذه المعلومات تقبل التحديد والقياس. ويعد الاتصال السياسي، أي نقل الرسائل فيما بين أجزاء النظام السياسي، ثم بينه وبين النظام الاجتماعي بمثابة العنصر الدينامى للوجود السياسي.

ويتكون النظام الاتصالى من العناصر الآتية:

١- مصدر الرسالة (أي المعلومات). قد يكون فرداً أو مؤسسة.

٢- الرسالة نفسها أي المعلومات التي يبعث بها المرسل عن حدث أو مطلب أو مشكلة.

٣- القناة التي تنقل من خلالها الرسالة إلى المستقبل.

٤- المستقبل. أي الطرف الذي يتلقى الرسالة.

٥- التغذية العكسية. أي الوعي أو المعرفة بنتائج الأفعال.

فإذا نظرنا إلى الانتخاب كنظام اتصالي، أمكن القول أن المصدر هو المرشح للمنصب السياسي، والرسالة هي ما يطرحه على الناخبين من مقترحات أو وعود أو برنامج، والقناة قد تكون الإذاعة أو التليفزيون أو الصحف أو الاتصال المواجهى، والمستقبل هو جمهور الناخبين، والتغذية العكسية هي قبول أو رفض مقترحات المرشح.

نأتي بعد هذا إلى مقولات نظرية الاتصال التي يمكن إيجازها في عدة نقاط:

١- السياسة ــ وعلى أي مستوى ــ يمكن أن تدرس كنظام اتصالي، إذ لا تعدو أن تكون ــ هذه السياسة ــ مجرد نقل معلومات فيما بين الفاعلين السياسيين.

٢- يواجه جهاز صنع القرار متاعب في عملية الاستجابة في حالة نقص أو تشوه المعلومات المتاحة.

٣- إن الجماعات التي تنجح في نقل رسائلها إلى جهاز صنع القرار دون تحريف هي جماعات فاعلة وقوية، أي قادرة على الحصول على ما تريد. بعبارة أخرى، كلما كان مصدر الرسالة قوياً، فمن المتوقع أن يستقبلها ويستجيب لها النظام السياسي.

٤- كلما ازدادت أهمية الجماعة فى نظر الفرد، كان أكثر ميلاً نحو الإصغاء إلى تعليماتها. وكلما كثر تفاعل المرء مع الآخرين، كان أشد حرصاً على مراعاة التطابق بين قيمه وقيمهم.

٥- من المتوقع أن يكون لرسائل العائلة في مجال التنشئة الاجتماعية والسياسية تأثير أكبر من رسائل المؤسسات الأخرى خاصة في السنوات الأولى من عمر الإنسان.

٦- يعكس الأفراد نوعاً من الانتقائية في استقبال الرسائل. إذ قد يرفض استقبال تلك التي تتمشى مع قيمة أو اتجاهاته الخاصة. هذه الانتقائية قد تؤدى إلى التشويه في المعلومات وبالتالي اتخاذ قرارات أو تصرفات غير سليمة.

٧- تفيد أنماط الاتصال في المقارنة بين مختلف الأنظمة السياسية، وبهذا الخصوص، يمكن إجراء المقارنة من زوايا:

- تجانس المعلومات السياسية.
- حجم المعلومات السياسية.
- اتجاه تدفق المعلومات السياسية.

الاتحاد الدولي للاتصالات
International Telecommunication Union (ITU)
الاتصال Communication

وهو عملية التدفق الحر للمعلومات والبيانات والآراء عبر وسائل مختلفة، فقد يكون اتصالاً مباشراً Directأو Face To Face وهو الاتصال الذي يتم مباشرة بين الأفراد دون الاستعانة بأية أداة اتصالية وهو بمثابة فرصة كبيرة لتبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل، وقد يكون غير مباشر Indirect وتستخدم فيه أداة من أدوات الاتصال، وقد يكون رسمي Formal أي يتم بين المستويات الرسمية بالطرق الرسمية، أو غير رسمي Informalوهو الذي يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية ويتم من خلاله تبادل وجهات النظر من خارج المنافذ والوسائل الرسمية، وقد يكون الاتصال اجتماعي Socialوهو الإجراء الذي يتم به تبادل الفهم بين الكائنات البشرية، أو هو العمل الذي عن طريقه تنتقل المعاني من إنسان لآخر أو من جماعة لأخرى، وهناك الاتصال اللفظي Verbal وهو كل اتصال عبر الألفاظ كوسيلة لنقل الرسالة من المصدر للمتلقي، وهناك الاتصال غير اللفظي

Nonverbal ويشمل كل الاتصالات التي تعتمد على اللغة غير اللفظية أو اللغة الصامتة مثل لغة الإشارات Silent Language و لغة الحركة والأفعال Action Lang. ولغة الأشياء .Object Lang، وهناك الاتصال الذاتي Intrapersonal Comm. وهو ما يحدث داخل الفرد وداخل عقله والاتصال الجمعي .Group Comm والذي يحدث بين مجموعة من الأفراد، والاتصال العام .Public Comm وهو يعنى وجود الفرد مه مجموعة كبيرة من الأشخاص.

الاتصال والإعلام Communication & Media

هناك من يفرق بين الاتصال والإعلام على أساس أن الإعلام يقصد به نقل رسالة معينة (معلومة ــ رأي ــ اتجاه) من أحد المصاد الإعلامية لجمهور معين عن طريق وسائل الاتصال المختلفة، وذلك بطريقة موضوعية وواقعية، بما يؤدي إلى تحقيق درجة مناسبة من المعرفة والإدراك لدى هذا الجمهور، والإعلام بينه وبين الدعاية فرق، فالعاية قد تلجأ إلى تشويه الحقائق وتحريفها أو عرض المعلومات بحيث تمثل جانباً من الحقيقة عكس الإعلام تماماً لأنه موضوعي وواقعي.

اتصالات الأطفال Childrenk,s Communication

اتصالات الأطفال هي جزء مُكمل لنموهم، حيث يتعرفون من خلالها على عالمهم وعلى أنفسهموعلى الآخرين من حولهم، وهم يجاهدون لاكتشاف نسق من الأفكار، حيث يتأثرون بمحيط الأسرة وبأندادهم في المجتمع وبمدارسهم. ولذلك نمت اتصالات الأطفال في الفترة الأخيرة نمواً هائلاً، حيث ظهرت صحافة الأطفال ومجلاتهم بشكل موسع، وظهرت برامجهم الإذاعية والتلفزيونية، بل

ظهرت قنواتهم الخاصة الموجهة إليهم، وأصبح الأطفال أكثر قدرة على استخدام الدش والنت وشبكات التواصل الاجتماعي من الكبار.

الاتصالات الأفقية Communication Cross

وهي الاتصالات التي تتم بين الوحدات التنظيمية المتكافئة في التدرج الهرمي بالمجتمع، من أجل التنسيق وتبادل المعلومات والبيانات والآراء ووجهات النظر حول بعض المسائل والموضوعات، وتنسيق ما يجب اتخاذه من إجراءات وخطوات وتدابير لحل المشكلات القائمة التي تهم المجتمع والأفراد.

الاتصال الثقافي Communication Cultural

وهو الاتصال الذي يهتم بتفاعل البيئة الثقافية في المجتمع، من خلال المعلومات واللغة والمؤثرات والتنظيمات والجماعات الصغيرة والأسرة، وتتم عبر تواصل الأجيال ونقل الترات الثقافي من جيل إلى جيل.

الاتصال الجماهيري Mass Communication

ويقصد به العملية التي يتم بها الاتصال بالجماهير وتزويدهم بالأنباء والمعلومات والآراء ونقل رسائل إعلامية إليهم.

الاتصال السياسي Political Communication

ويشير المصطلح إلى التدفق المستمر للمعلومات فيما بين وحدات النظام السياسي وبينه وبين النظم الأخرى داخل وخارج المجتمع حتى يمكن الوفاء بأغلب المطالب، وتتم من خلال وسائل الإعلام والأحزاب وجماعات المصلحة والبيروقراطية وقادة الرأي، وتتكون عملية الاتصال من:

ـ نسق الاستقبال Reception System، ويقصد به الأجهزة والقنوات التي تتلقى المعلومات من البيئة الداخلية والخارجية للنظام السياسي.

ـ الرسائل Messages، وتتضمن المعلومات، وهي المطالب من جانب المواطنين للحكومة، أو المعلومات التي ترسلها الحكومة للمواطنين بهدف كسب رضائهم.

ـ نسق الذاكرة Memory، وهي مركز صنع القرار Decision Center، أي أوعية اختزان المعلومات الخاصة بالأوضاع الداخلية والخارجية.

ـ نسق القيم Value System، في مركز القرار، وهو مجموعة القيم التي تجعل صانعي القرار يفضلون قراراً على آخر لمواجهة مشكلة ما.

ـ الاستدعاء Recall وهي تعنى القدرة على استدعاء الخبرة السابقة التي قد تفيد في تحليل المعلومات الواردة للنظام.

ـ نسق التنفيذ Effectors، أي الأجهزة التي تتولى تنفيذ القرار.

ـ التغذية الاسترجاعية Feedback، وهي ردود أفعال مختلفة تتلقاها أجهزة استقبال المعلومات لتحولها إلى مركز القرار، لتبدأ عملية اتصالية جديدة، والتغذية العكسية لها مستويات:

ـ تغذية عكسية إيجابية Positive Feedback، وهي تدفق معلومات للنظام عن نتائج قراراته تدفعه لانتهاج نفس السلوك وصولاً للهدف.

ـ تغذية عكسية سلبية Negative Feedback، وهي تدفق معلومات للنظام عن نتائج قراراته تدفعه لتعديل سلوكه في الاتجاه لبلوغ الهدف.

ـ تغذية عكسية تستتبع تغيير الهدف الأصلي Goal-changing Feedback، وهي تدفق معلومات للنظام عن نتائج قراراته تدفعه لتغيير هدفه الأصلي والتحول عنه لهدف آخر.

أداة اتصال Channel Of Communication

أداة الاتصال هي قناة تربط بين المرسل والمستقبل بحيث من خلالها تتحرك اللغة الإعلامية أو الدعائية من المصدر إلى المصب، ولها صفات معينة أساسها الصلة المباشرة من المرسل والمستقبل، بحيث لا تسمح بتدخل أي عنصر آخر

من خلال عملية نقل الرسالة بالصيغة التي أُعدت من المرسل حتى تنصب في الوعاء الفكري للمستقبل، ولها صور الإعلام الجماهيري عبر الأدوات الأربعة المعروفة: الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما، وهناك أدوات أخري منها الاتصال المباشر والمسرح والاسطوانات والكتاب والنشرات والمعارض الفنية.

استراتيجية بناء المعنى (الصور الذهنية)

The Meaning Construction Strategy

هذه الاستراتيجية الإعلامية (الصور الذهنية) تعد تعبيراً جديداً حيث يمكن عن طريقها تعديل المعاني في الأذهان والتأثير على السلوك، فهي تؤثر على المعاني بغرض الإقناع أو بناء الصور الذهنية الإيجابية من خلال مصادر غير محدودة للمعلومات المتنافسة التي تصوغ وتعدل المعاني التي عرفها الناس عن كل شيء وتبسطها وحتى الشئون السياسية، وبالتالي تستخدم هذه الاستراتيجية في بث الشعارات الجديدة لتعديل السلوك لسلوكيات جديدة.

التداخل بين الاتصال والإعلام

Instrution& Communication

هناك تداخل بين كلمتي إعلام Instrution واتصال Communication فكثير من الكتاب العرب يتساهلون في استعمال كلمات مثل (الاتصال الجماهيري) والإعلام، بينما يتشددون فقط في التفرقة بين الإعلام والإعلان والدعاية. ويشوب دراسة وسائل الإعلام شيء من الغموض بخصوص مكانتها في منظومة العلوم الاجتماعية المعروفة، ففي حين نجد أن كثيراً من العلوم الاجتماعية والإنسانية, مثل علوم الاجتماع والسياسة وعلم النفس تتبنى الإعلام، نجد من الدارسين من يعده جزءاً خاصاً من ظاهرة الاتصال الإنساني. أما لفظ (الإعلام) لغوياً، فإن مادة(علم) و(أعلم) و(إعلام) في المعاجم العربية

تقابل مفهوم معلومات أو استعلامات بمعنى الأخبار أو الإبلاغ، وهذا يقابل اللفظ الإنجليزي.information أما مصطلح الإعلام بمعنى الاتصال الجماهيري فيقابل اللفظ الإنجليزيmass information وهذا يشمل البرامج الأخبارية إضافة إلى البرامج الإقناعية ذات الأهداف المتعددة.

الاتصال عبر الأقمار الصناعية
Communication Satellite

وهو الاتصال الذي يتم بواسطة محطات موجودة بالأقمار الصناعية، والقمر الصناعي جهاز يدور بنفس سرعة الأرض وبنفس اتجاه دورانها وتركب عليه محطة للاستقبال وأخرى للإرسال، وتستقبل الأولى البرامج المرسلة من المحطات الأرضية والثانية ترسل ما تستقبله إلى أي محطة استقبال على سطح الأرض، حيث يعاد بثها إلى أجهزة الاستقبال لدى الأفراد على مساحات شاسعة من الكرة الأرضية.

ثورة الاتصالات Communication Revolution

وهي ثورة حققها العالم المعاصر في مجال تكنولوجيا الاتصالات وساهمت في التقريب بين الشعوب وجعل العالم قرية كونية صغيرة ويعيش في عصر المعلومات فائقة السرعة بسبب السماوات المفتوحة والانترنت والطريق السريع للمعلومات وأضعفت من الحدود الدولية وقبضة الدولة علي مواطنيها.

الخدمة الرقمية ISDN

الخدمة الرقمية هي نوع مساعد من الاتصالات بالإنترنت، فهو خط اتصال مخصص يستطيع إرسال واستقبال البيانات بكفاءة كبيرة جدا عن المودم Modem، وسريعة جداً، فهو خدمة رقمية سريعة تساعد على إقامة اتصال جيد.

السيرة الذاتية Auto-Biography

السيرة الذاتية سرد لكاتبها ولحياته وانجازاته وقدراته، فهو يرى ثمة نقاط تقاطع والتقاء كثيرة بين حياته وبين الخلفية التي سارت هذه الحياة في إطارها، وترجع السيرة الذاتية إلى أهمية كاتبها أو إلى قدرته على إثبات أن حياته كانت ذات مغزى متميز بالنسبة لعصره أو جيله أو مهنته أو الجماعة التي ينتمي إليها أو لوطنه، أو للمبدأ أو العقيدة التي يؤمن بها، أو إلى كشفها عن جانب جوهري من جوانب الحقيقة الإنسانية العامة، أو المشتركة عبر الأجناس والطبقات والأجيال والثقافات، ويركز البعض على سرد الأحداث الاجتماعية أو السياسية أو الخارجية التي أحاطت بنموه الشخصي والفكري والمعرفي والإبداعي، بينما يركز آخرون على النمو الذاتي والتحولات الشخصية وسط خلفية من الأحداث الخارجية، وأشهر السير الأيام لطه حسين وحياتي لأحمد أمين والبحث عن الذات لأنور السادات...الخ.. وتفرد الصحف والمجلات ووسائل الإعلام المسموعة والمرئية صفحاتها وبرامجها للسيرة الذاتية باعتبارها تجارب حية أمام الأجيال الجديدة للاقتداء بها في كل مجالات العمل الوطني...

شبكات الاتصال Communication Networks

وهي شبكات الاتصال الدولية التي تنقل المعلومات عبر الأمم وتكون لها الصفة الدولية ضمن الطريق السريع للمعلومات، ومن أهم الشبكات شبكة الإنترنت الدولية.

عوائق الاتصال Communication Barrier

وهي كل ما يعوق الاتصال أو يعترضه أو يعمل على إيقاف تدفقه أو يحاول تشويهه أو يعمل على تحريف رسالته، وقد تكون اللغة من عوائق الاتصال في حالة عدم فهم معاني بعض الكلمات.

العملية الاتصالية أو نموذج الاتصال

Communication Approach

عرفنا الاتصال، ولكن هناك العملية الاتصالية بين شخص أو أكثر وشخص أو أكثر، وهناك الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري، وهناك نموذج أساسي لعملية الاتصال الجماهيري ويطلق عليه 5 – W – Approach، لأنه يحدد خمسة أسئلة تمثل إجابتها عناصر العملية الاتصالية، وهي: Who من؟، What ماذا يقول، Whom لمن؟، How or Channel or Media مستخدماً أي وسيلة؟، وأخيراً Effect or Why لأحداث أي تأثير؟.

فجوة الاتصالات Communication Gap

مصطلح يعبر عن الفجوة ما بين الحاجة إلى وجود أجهزة ذكية في المكتب والمنزل للاتصالات من ناحية وقدرات شركات الهاتف ورغباتها في تقديم خدمات على المستوى نفسه من ناحية أخرى، وكلما تقدمت شركات الهواتف لملء تلك الفجوة فإنها تصبح حافزاً للتغيير، وتحدث هذه الفجوة بسبب تقاعس شركات الهاتف عن تجديد شبكاتها.

الفعل المتصل Joint Action

وهو مصطلح يعني تحالف وتآلف مجموعة من الأفعال معاً، والمجتمع يصبح بهذه الحالة شبكة من الأفعال المتصلة التي يمارسها أعضاء المجتمع خلال علاقاتهم المتبادلة، بحيث يضفي كل منهم معاني معينة على هذه الأفعال، وتستقر هذه المعاني بطريقة نمطية على نحو يحقق لها الثبات النسبي والانتظام والتكرار.

القرية العالمية Global Village أنظر/ثورة الاتصالات

وهي مفهوم ظهر لأول مرة بعد الحرب العالمية الثانية وشعار رفعه مارشال لتضامن العالم لإزالة ما خلفته الحرب من دمار في العالم، وهو يعبر حاليا عن

التغييرات التي حدثت في العالم من نمو هائل للتكنولوجيا وخصوصاً في حقل الاتصالات التي ألغت الحواجز والعوازل الجغرافية والثقافية بين مختلف المجتمعات مما جعل العالم كله بمثابة قرية صغيرة، وخلقت ظاهرة الاتصال الأُممي Transnational Phenomena التي ربطت شعوب العالم بسرعة فائقة، وأسفرت عن تخلي العالم عن فكرة أن الدولة مركز العالم State-Centric Preception.

قناة الاتصال Communication Channel

وهي وسيلة الاتصال التي يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه، ويمكن أن يقصد بقناة الاتصال أنها الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل.

المنظمة الدولية للإتصالات الفضائية

International Telecommunications Satelite Orgaization

هي المنظمة الدولية المشهورة إنتلسات لتمثل نموذجا فريدا في التعاون الدولي لاستخدام التكنولوجيا المتقدمة لصالح الإنسان، ففي عام ١٩٦٩م وقعت اتفاقية الاتحاد الدولي للاتصالات الفضائية International Telecommunications Satelite Consortium واتخذ من واشنطن مقراً له وفي عام ١٩٧١م وبعد عدة مؤتمرات دولية أنشئت المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية وبدأت عملها كمنظمة دولية في عام ١٩٧٣م، وأطلقت أنتلسات١ أو قمر الطائر المبكر EARLY BIRD وتلاه انتلسات ٢، ٣ الخ

المنظمة الدولية للاتصالات عبر الاقمار الصناعية The International Telecommunications Satellite Consortium (INTEL- SAT)

تأسست كهيئة عالمية على اساس تجارى لتوفير خدمات الاتصالات بشكل يتسم بالكفاءة ومن دون تمييز بين مناطق العالم جميعا، ويرجع ظهورها إلى يوليو ١٩٦٤، نتيجة أبرام اتفاقية مؤقتة لنظام عالمى تجارى لأقمار الاتصالات، والتي تم التصديق عليها من قبل ١١ دولة فى ٢٠ أغسطس ١٩٦٤، وخضعت لإدارة دولية عام ١٩٧٣ م حيث بدأت العمل بصفتها الدولية وينتمى إليها حاليا ١١٤ دولة، حيث تقدم تسهيلات لتحديد المدارات وغيرها، وتدير ١٥ نظاما للاقمار الصناعية تغطى ١٧٠ دولة من خلال ١٧٠٠ قناة قمرية ٠ وانتلسات أسست أساساً لخدمة الاتصالات الهاتفية وليس لخدمة الإذاعة، وتحصل الإذاعة على قدر بسيط من خدماتها، كما أن أسعار انتلسات تنطبق علىالقطاع الفضائي لإرسال الذي تم بواسطة القمر الصناعي، وتمتلك انتلسات عدة أقمار في المحيط الأطلسي وعدة أقمار أخرى في المحيط الهادي والمحيط الهندي.

منهج الاتصال Communication Approach

الاتصال أساس كل التفاعلات الاجتماعية، فالمرء لا يستطيع أن يتفاعل مع غيره إلا إذا كان قادراً على الاتصال، وحسب عالم الرياضة "وارين وينر" يقصد بالاتصال كل الإجراءات والأساليب التي بمقتضاها يؤثر شخص ما على آخر. وبهذا فإن التنظيمات والمجتمعات والدول ترتكز في وجودها وتكاملها على الاتصالات أي تبادل الرسائل فيما بين الأفراد. والرسالة ليست فقط الحديث المكتوب أو الشفهي وإنما أيضاً أي فعل أو سلوك إنساني. وقد ساهم في تطوير نظرية الاتصال عالم الرياضة "وارين وينر" الذي استخدم مصطلح "السبرنطيقا"، بمعنى الاتصال والضبط. فعندما يتصل شخص ما بآخر فإنه يوجه إليه رسالة. وحينما يتصل الثاني بالأول، فإنه يوجه إليه رسالة تتضمن معلومات متاحة أساساً له وليس للأول. وحينما يضبط إنسان ما تصرفات إنسان آخر، فإنه ينقل رسالة

إليه. ولا يختلف أسلوب الاتصال في حالة الأمر عنه. وهو منهج لدراسة النظم السياسية ولدراسة النظم الإعلامية، أي دراسة للسلوكيات والأفعال التي تتعلق بتبادل المعلومات والرسائل فيما بين الفاعلين السياسيين في المجتمع السياسي، فالمواطنين لابد أن تتوافر لهم الاتصالات لتوصيل رغباتهم ومطالبهم للحكومة، والحكام لابد أن يكونوا قادرين على توصيل قراراتهم إلى المواطنين وتبريرها لهم بهدف نيل رضائهم.

الموبايل Mobile

سمى الموبايل ــ وهو جهاز التليفون المحمول المتحرك اللاسلكي ــ في البلاد العربي أسماء مختلفة، فهو في مصر المحمول، وفي الكويت النقال وفي السعودية الجوال وفي لبنان الخليوي Cellular، نسبة إلى خلية Cell حيث تنتقل المكالمة عبر خلايا هوائية تمتد كل منها بين أربع هوائيات، فالتليفون ذاتي الحركة الموبايل أصل الكلمة فرنسية، والموبايل لم يعد جهاز اتصالات فقط بل أصبح جهاز به كل القنوات الفضائية والإعلامية وعليه تأتي الأنباء والأخبار الصحفية وعليه نسمع الإذاعات المختلفة، وعليه شبكات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وعليه نشاهد الأفلام السينمائية، وعليه الألعاب الترفيهية وألعاب الأطفال والكبار وعليه كل مايحتاجه الجمهور فهو وظيفة إعلامية اتصالية، بل إنه وسية اتصالية إعلامية من الطراز الأول.

المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية"عربسات" ARABSAT A0S0C0O

بدأت الفكرة فى اجتماع مجلس وزراء الثقافة والإعلام العرب فى مدينة بنزرت بتونس عام ١٩٦٧، ثم تم توقيع إتفاقية إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية فى المؤتمر التنفيذى الثالث لوزراء المواصلات العرب

الذى عقد بالقاهرة بالجامعة العربية فى إبريل ١٩٧٦، وهي أول منظمة عربية للاتصالات الفضائية ذات الشخصية القانوينة الكاملة المستقلة فى إطار جامعة الدول العربية ومقرها الرياض، وتقوم بتوفير واستثمار وتشكيل قطاع فضائى عربى للخدمات العامة والمخصصة فى مجالات الاتصالات السلكية واللاسلكية لجميع الدول الأعضاء فى جامعة الدول العربية، وفقا للمعايير الفنية والاقتصادية المعمول بها عربيا ودوليا ومساعدة الدول العربية على تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية وإجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم وتكنولوجيا الفضاء والتشجيع على إنشاء الصناعات اللازمة لتجهيزات القطاع الفضائى والمحطات فى الأقطار العربة عن طريق الشبكة الفضائية العربية ٠

نظريات الاتصال Communicating Theories

نظريات الاتصال برزت في الثلث الثاني من القرن العشرين مع تطور مفاهيم علم الاجتماع، وهي تسعي إلى تحديد وتحليل أصول المعاني الرمزية (خصوصاً) التي تتكون منها الثقافات الإنسانية ثم تحديد القنوات والسُبل التي يتم عن طريقها نقل تلك المعاني وانتشارها، وتلتقي نظرية الاتصال بنظرية الانتشار الثقافي التي تعتقد أن البشرية بكل ثقافاتها تشترك في معان كبرى عامة تنشأ كل منها في مرك بعينه ثم تنتشر منه إلى المراكز الأخرى، ونلاحظ أن جميع نظريات الاتصال تعتمد على أساس البحث الميداني العملي والتجريبي.

نظرية تأثير استخدام الاتصالات

Communation Methodes Theory

تنقل النظرية التركيز من تأثيرات وسائل الإعلام على الأفراد إلى الأساليب التي يستخدم بها هؤلاء الأفراد وسائل الإعلام والمسرات والفرصة الكبيرة التي يحصلون عليها من وسائل الإعلام، وتقترح هذه النظرية أن مستخدمي وسائل

الإعلام أكثر فاعلية وليسوا بمستخدمين سلبيين كما أنهم ينتقون من اختيارات التجارب الإعلامية.

نظرية فعل التواصل

The Theory Communicative Action

نظرية فعل التواصل هي نظرية إعلامية لغوية، تربط بين اللغة والإعلام والاتصال، وتتعمق في فلسفة اللغة ابتغاء توسيع أساس النقد الاجتماعي، وهي تدعو إلى ضرورة التحرر مما يسمى فلسفة الوعي، التي تعنى العلاقة بين اللغة والفعل كالعلاقة بين الذات والموضوع، ويمكن أن يتخذ الفعل صورتين: الفعل الإستراتيجي وهو يتضمن الفعل الغائي العقلاني وفعل التواصل هو فعل لا أداتي أي أن التفاهم فيه يتم بالتواصل بأساس عقلاني، ويملك أفعال أساسية لا أفعال غائية، ويترتب على هذا الفعل (فعل التواصل) أمور عديدة، منها: أن العقلانية موجودة في لغتنا ذاتها، وأن ثمة نظام أخلاقي ضمنى ينطبق على جميع البشر ويسمى بالأخلاق الكلية، وضرورة وجود مجتمع ديمقراطي بحق يكون فيه للجميع فرص للوصول إلى أدوات العقل كالمساهمة في الحوار.

وظائف الاتصال Function Of Communcation

الاتصال مهم في حياتنا المعاصرة والسابقة واللاحقة لأنه مهمة إنسانية هدفها تحقيق التقارب المعرفي Convergence Of Knowledge وتركيب وفك الرموز Encoding & Decoding وتبادل وجهات النظر أو التفاوض Negotiation والخطاب العام والخاصDiscourse، فالاتصال ببساطة يتم عندما يؤثر عقل ما (مرسل) من خلال بيئة معينة على عقل آخر (مستقبل) وفي هذا العقل الآخر تحدث خبرة معينة تشبه الخبرة التي كانت في العقل الأول، فوظائف الاتصال من حيث وجهة نظر المرسل تتمثل في: التعليم Education

والإعلام Information والإقناع Persuasion والترفيه Entertainment، وتتمثل وظائف الاتصال من وجهة نظر المستقبل في: فهم ما يحيط به من أحداث وظواهر، وتعلم مهارات جديدة، والاستمتاع والاسترخاء والتخلص من متاعب الحياة، والحصول على معلومات جديدة أو إضافية تساعد على اتخاذ القرارات والتصرف بشكل مقبول اجتماعياً.

الخاتمة

مهارات الاتصال ضرورية لكل إنسان على وجه الأرض

والمهارات الاتصالية أكبر وأشمل وأعم من المهارات الإعلامية من حيث أنها تهم كل البشر، ومن حيث أن المهارات الإعلامية جزء من المهارات الاتصالية.

أن مهارات الاتصال مهمة جداً لكل البشر سواء كان صغيراً أو شاباً أو كبيراً، وسواء كان ذكراً أو إمرأة، وسواء كان أسوداً أم أبيضاً أم أحمراً أم أصفراً، وأينما كان يعيش ويحيا...

ومهارات الاتصال يخدمها الجانب النفسي والجانب الذاتي والجانب البيئي والجانب الوظيفي والجانب التربوي والجانب الإعلامي..

ومهارات الاتصال تساعد على الوصول للوظيفة المناسبة وللمكانة المرموقة التي يتمناها أي إنسان.

ولا غنى للجوانب الوظيفية والعلمية والاجتماعية والإعلامية والتربوية عن مهارات الاتصال الجيد..

وأخير: وليس آخراً:

لا غنى لأي إنسان عن مهارات الاتصال لينجح في حياته ويسعد بها، فهارات الاتصال ضرورية لكل إنسان على وجه الأرض..

والله الموفق،،،،

المؤلف

المراجع

١ ــ مراجع عربية:

١. **القرآن الكريم**

٢. إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال الجماهيري، القاهرة، الأنجلو، ١٩٦٩.

٣. إبراهيم حسن محمد، الوسائل التنفيذية لتكنولوجيا التعليم والإعلام، القاهرة، بدون جهة نشر، ١٩٩٥م.

٤. أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، دار الكتاب المصري، ١٩٨٥م.

٥. أحمد سليمان، الإذاعة المدرسية للمرحلتين المتوسطة والثانوية، الرياض: مؤسسة الجريسي للتوزيع، ١٩٩٩م.

٦. أحمد عادل راشد، الإعلان، بيروت، دار النهضة العربية، ١٩٨١.

٧. أحمد عبد الله العلي، الطفل والتربية الثقافية: رؤية مستقبلية للقرن الحادي والعشرين، القاهرة: دار الكتاب الحديث، ٢٠٠٢م.

٨. إسماعيل عبد الفتاح، الابتكار وتنميته لدى أطفالنا، القاهرة، مكتبة الأسرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٦م.

٩. إسماعيل عبد الفتاح، موسوعة المصطلحات السياسية والاستراتيجية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م.

١٠.إسماعيل عبد الفتاح، اختبارات المرهبة والشخصية، الاسكندرية، مركز الاسكندرية للكتاب، ٢٠٠٨م.

١١.: إسماعيل عبد الفتاح، معلمة رياض الأطفال والابتكار، الاسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠٠٩.

١٢.**إسماعيل عبد الفتاح، الإعلام التربوي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م**

١٣.إسماعيل عبد الفتاح، التربية الإعلامية الإبداعية، الاسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠١١م.

إسماعيل عبد الفتاح، تعليم وتدريب المعاقين،المعاقين بضعف السمع والنطق: الصم والبكم، كتاب رقم ٣ في السلسلة، الإسكندرية، مركز الإسكندرية للكتاب، ٢٠١٣م.

إسماعيل عبد الفتاح، مصطلحات الإعلام والاتصال والرأي العام، القاهرة، دار العالم العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م.

١٤.إيهاب الأزهري، الإذاعة وبناء الإنسان، القاهرة، دار المعارف، سلسلة إقرأ، العدد ٤٣٨، أغسطس ١٩٧٨.

١٥.جيهان أحمد رشتي، نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية، القاهرة، دار الفكر العربي، بدون تاريخ.

١٦.جيهان رشتى، الأسس العلمية لنظرية الإعلام، القاهرة، دار الفكر، ١٩٧٨

١٧.حسن شحاته، النشاط المدرسي: مفهومه، وظائفه، مجالات تطبيقه، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ١٩٩٧م، ص٩٢.

١٨.حسن مكاوي وليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠١، ط٢.

١٩.حسين خريف، الاتصال: مفاهيم، أساليب وأنواع" في فضيل دليو وآخرين: الاتصال في المؤسسة، فعاليات الملتقى الوطني الثاني، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، ٢٠٠٣.

٢٠.زهير إحدادن، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ١٩٩١.

٢١.سالمون تشارلز، وجون جلاسر، الرأي العام والإعلام: صناعة الرضا الجماهيري، ترجمة عثمان العربي، الرياض: دار الشبل، ١٤١٧هـ /١٩٩٦م.

٢٢.**سعد بن بركي حمدي المسعودي، مهارات الاتصال"-مركز تطوير التعليم الجامعي-جامعة الملك عبد العزيز ١٤٢٨هـ (٢٠٠٧م).**

٢٣.شون ماكبرايد: أصوات متعددة وعالم واحد: الاتصال والمجتمع اليوم وغدا، نحو نظام عالمي جديد للإعلام والاتصال أكثر عدلاً وكفاءة، الجزائر، الحركة الوطنية للنشر والتوزيع بالتعاون مع اليونسكو، ١٠٨١م.

٢٤.عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ٢٠٠٢ م ـــ ط ١.

٢٥.غريب سيد أحمد، الجماعات الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ١٩٧٩.

٢٦.فوزية المولد، الإذاعة والتنمية، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، سلسلة المكتبة الثقافية، العدد ٣٧٣، ١٩٨٣م.

٢٧.فضيل دليو وآخرون، الاتصال في المؤسسة، (فعاليات الملتقى الوطني الثاني) منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال، قسنطينة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية بالخروب٢٠٠٣.

٢٨.ماجي الحلواني، التلفزيون وسيلة تعليمية، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م..

٢٩.مجدي عبد الكريم حبيب، تعليم التفكير في عصر المعلومات: المدخل، المفاهيم، المفاتيح، النظريات، البرامج، القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٣م.

٣٠.محمد الجوهري وآخرون، علم الاجتماع ودراسة الاتصال الجماهيري، القاهرة،دار المعرفة الجامعية، ١٩٩٢..

٣١.محمد سلامة محمد غباوي، السيد عبد الحميد عطية، الاتصال ووسائله، بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث،، ١٩٩١.

٣٢.محمد عبد الهادي حسين، نظرية الذكاءات المتعددة، ونموذج تنمية المواهب، القاهرة،دار الأفق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦م، ط١.

٣٣.**محمد منير حجاب، مهارات الاتصال للإعلاميين والتربويين والدعاة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ١٩٩٩.**

٣٤.محمود عودة، أساليب الاتصال والتعليم الاجتماعي، دراسة ميدانية في قرية مصرية، القاهرة، دار المعارف، ١٩٧١.

٣٥.مصطفى عبد السميع محمد وآخرين، الاتصال والوسائل التعليمية: قراءة أساسية للطالب والمعلم، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، ٢٠٠١م.

٣٦.هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، عالم المعرفة، العدد ١٠٦ (أكتوبر ١٩٨٦) (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب).

٢ ــ مقالات منشورة

١.**رباب مصطفي، مهارات الاتصال، القاهرة، معهد الإذاعة والتلفزيون، مجلة الفن الإذاعي العدد ١٦٦، يناير ٢٠٠٢،**

٢.منى أحمد محمود، الاتصال المباشر في خدمة قضايا التنمية، القاهرة، مجلة النيل، الهيئة العامة للاستعلامات، العدد ٧٥، ٢٠٠٠م

٣ ــ مراجع أجنبية:

1. Naom Chomsky, Robert WX.McChesney, Propagande, média et démocratie, Alger, Les Editions El-Hikma,2000..
2. Chazel François (influence) Encycopedie universalis.
3. Christine Leteinturier,”Publicité”, Encyclopedia Universalis
4. Daniel Bougnoux, Introduction aux sciences de la communication, Alger, Editions Casbah, 1999

٤ ــ مراجع من النت وشبكات التواصل الاجتماعي:

١٧. Read more: http://nwafz.fwasl.com/7-cs-to-active-communicate/#ixzz52I9sSjkG

١٨. http://www.alukah.net/social/0/10211/#ixzz52IBgRmJT

١٩. موقع على النت بقلم آمال سعد.

٢٠. محاضرة محمد احمد البطينى مدير إدارة الصحافة المدرسية بتوجيه الصحافة بوزارة التربية و التعليم الأسبق خلال الدورة التدريبية للأخصائيين يوم السبت الموافق ١٠ /٢ / ٢٠٠١. من على النت.

٢١. موسوعة ويكيبيديا الحرة.

٢٢. http://mawdoo3.com

٢٣. http://mawdoo3.com

٢٤. http://mawdoo3.com

٢٥. موسوعة Encarta

٢٦. " Encyclopédie® Cybernétique", Microsoft® Encarta

قائمة الحتويات